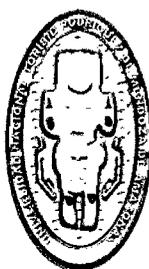


**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE  
AMAZONAS**

**FACULTAD DE TURISMO Y CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
CONTABLES**



**“ELABORACIÓN DE UN MANUAL PARA LA CORRECTA  
COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE PRESENTACIONES  
EFICACES, EN EL SECTOR TURISMO – CHACHAPOYAS  
2011”**

**TESIS**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

**AUTORES:**

**Bach. Evelin Dianela Asenjo Muro**

**Bach. Yesenia Collazos Portocarrero**

**ASESOR:**

**CPC & LIC. ADM. Juan Manuel Buendía Fernández**

**CHACHAPOYAS – AMAZONAS – PERÚ**

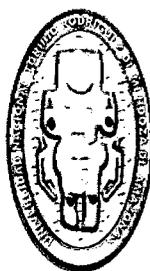
**2011**



**11 JUN 2012**

**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE  
AMAZONAS**

**FACULTAD DE TURISMO Y CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
CONTABLES**



**“ELABORACIÓN DE UN MANUAL PARA LA CORRECTA  
COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE PRESENTACIONES  
EFICACES, EN EL SECTOR TURISMO – CHACHAPOYAS  
2011”**

**TESIS**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

**AUTORES:**

**Bach. Evelin Dianela Asenjo Muro**

**Bach. Yesenia Collazos Portocarrero**

**ASESOR:**

**CPC & LIC. ADM. Juan Manuel Buendía Fernández**

**CHACHAPOYAS – AMAZONAS – PERÚ**

**2011**

**DEDICAMOS ESTE TRABAJO A:**

A nuestro Dios todopoderoso, por darnos el maravilloso regalo de la vida.

A mis queridos padres Fidel Asenjo y Rosa Muro, y a mis tías hermanas Karen, Natali y Damaris, porque son los que alegran mi vida y me ayudan a encontrarle el rumbo correcto, pero sobre todo me motivan a amar a Dios y saber perdonar.

A mis queridos padres Rolando Collazos y Marina Portocarrero, y a mis hermanos por compartir conmigo la vida. A las bendiciones más grandes de mi vida Danna y Kamila y mi querido esposo Leonardo, por su apoyo incondicional y la fuerza que siempre me motivan a seguir adelante, eliminando todo obstáculo. Los amo.

**AGRADECIMIENTO**

A Dios por su sabiduría, amor y misericordia la cual siempre nos acompaña.

A nuestro asesor Juan Manuel Buendía Fernández, por su apoyo incondicional y sabios consejos.

A los funcionarios, profesionales y estudiantes, por su apoyo en la realización del presente trabajo de investigación.

A los profesores de la UNRTM – A, de la carrera profesional de Turismo y Administración, en especial a nuestro jurado por sus sabias observaciones las cuales ayudaron a perfeccionar esta tesis.

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS:**

**DR. VICENTE MARINO CASTAÑEDA CHÁVEZ**  
**RECTOR**

**LIC. ROBERTO NERVI CHACON**  
**VICERRECTOR ACADÉMICO (e)**

**LIC. BIOG. ZOILA GUEVARA MUÑOZ**  
**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO (e)**

**Visto bueno del Asesor**

El informe de investigación de tesis “Elaboración de un Manual para la Correcta Comunicación a través de Presentaciones Eficaces, en el Sector Turismo – Chachapoyas 2011” presentado por las bachilleres Evelin Dianela Asenjo Muro y Yesenia Collazos Portocarrero. Cumple con los estándares de fondo y forma que amerita su sustentación.

Chachapoyas, noviembre de 2011

CPC & LIC. ADM. JUAN MANUEL BUENDÍA FERNÁNDEZ

ASESOR

**JURADO**

**ECON. CIRILO LORENZO ROJAS MALLQUI**  
**PROFESOR (Presidente)**

**Msc. CPC. CARLOS ALBERTO HINOJOSA SALAZAR**  
**PROFESOR (Secretario)**

**LIC. NORMA JENNY TORRES CADENILLAS**  
**PROFESORA (Vocal)**

Índice

TABLA DE CONTENIDOS

<i>Contenido</i>	<i>Nº de página</i>
RESUMEN	10
ABSTRACT	12
I. INTRODUCCIÓN	14
II. MARCO TEÓRICO	17
2.1 Base Teórica.	17
2.2 Antecedentes del Problema.	76
2.2.1 A Nivel Internacional.	76
2.2.2 A Nivel de Sudamérica.	90
2.2.3 A Nivel Nacional.	109
2.2.4 A Nivel Regional.	116
2.2.5 A Nivel Local.	116
2.3 Realidad Problemática.	116
2.3.1 Planteamiento del Problema.	116
2.3.2 Formulación del Problema.	118
2.3.3 Justificación del Problema.	118
2.4 Hipótesis.	120
2.5 Objetivos.	120
2.5.1 General.	120
2.5.2 Específicos.	120

## CARRERA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN - UNTRM

---

III. MARCO METODOLÓGICO.	121
3.1 Diseño de contrastación de la Hipótesis.	121
3.2 Diseño de la investigación.	121
3.3 Material de estudio.	121
3.4 Variables de estudio.	122
3.5 Población y Muestra.	122
3.6 Métodos, Técnicas, Instrumentos y Procedimientos.	123
3.7 Análisis Estadísticos de los Datos.	124
IV. RESULTADOS.	125
4.1 Análisis de las Presentaciones en la ciudad de Chachapoyas.	125
4.1.1 Encuesta Realizada a Diferentes Entidades del Sector Turismo.	125
4.1.2 Encuesta aplicada a los docentes de turismo de la UNTRM	136
4.1.3. Encuesta realizada a los estudiantes de turismo de la UNTRM	146
4.2 Entrevistas realizadas a funcionarios del sector turismo.	156
4.3 Elaboración del Manual para la correcta comunicación a través de Presentaciones eficaces, en el sector turismo – Chachapoyas 2011”	166
V. DISCUSIÓN.	196
VI. CONCLUSIONES	199
VII. RECOMENDACIONES	201
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	203
IX. ANEXOS	206

**RESUMEN**

La tesis **“ELABORACIÓN DE UN MANUAL PARA LA CORRECTA COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE PRESENTACIONES EFICACES, EN EL SECTOR TURISMO – CHACHAPOYAS 2011”**, es una propuesta que se sustenta en la teoría de la comunicación y las presentaciones. Para lograr esto se ha iniciado por el diagnóstico analítico de cómo realizan las presentaciones en la ciudad de Chachapoyas; este análisis se fundamentó en el estudio de las presentaciones de los funcionarios, profesionales, docentes y estudiantes vinculados con el sector turismo.

Dicha información nos ha permitido plantear un Manual para la correcta comunicación a través de presentaciones eficaces, en el sector turismo.

Podemos concluir que en Chachapoyas se necesita con suma urgencia el manual planteado, para poder convertir las deficientes presentaciones en presentaciones eficaces.

En los tiempos que nos encontramos, donde las noticias y los datos que recibimos son abrumadores, es muy importante establecer las condiciones necesarias para realizar una buena comunicación, procurando que la información que queremos transmitir a nuestros receptores llegue de manera clara y concisa, evitando cualquier clase de obstáculo o interferencia en la misma. La elaboración de un manual para la correcta comunicación será la herramienta clave que nos permita alcanzar los niveles óptimos de entendimiento, cooperación y coordinación dentro del sector turístico.

La comunicación es una herramienta básica sobre la cual se asientan las relaciones sociales y laborales que se establecen entre los distintos miembros de sector turístico, es importante comunicar el flujo de información necesaria y precisa, sin lagunas, pero también sin excesos, para ser eficientes y obtener así, el máximo resultado, y realizar así presentaciones eficaces.

Por ello es de gran ayuda la elaboración de este manual si partimos del término “**presentación**” que es: hacer manifestación de algo, ponerlo a la presencia de alguien; es dar a conocer a alguien o algo, conocer a profundidad un determinado tema.

La presentación va a depender de dos acciones principales para lograr su éxito. Una de ellas consiste en intentar hacer, que es previa en intentar en el cual elaboramos el contenido de la información que queremos transmitir, y otra trata de dar, que consiste en exponer y hacer llegar esa información a nuestros interlocutores del sector turismo y afines.

Lo mencionado anteriormente no es suficiente para conseguir una presentación eficaz, para lo cual hemos de utilizar las herramientas y técnicas de comunicación que mejor hagan llegar el contenido de información que queremos transmitir, sin alteraciones, pérdidas ni distorsiones, de forma más fiel a nuestros receptores. Solo de esta forma obtendremos el efecto que deseamos que produzca la comunicación, habiendo realizado una **correcta comunicación a través de presentaciones eficaces en el sector turismo.**

**ABSTRACT**

The thesis **"PRODUCTION OF A MANUAL FOR THE CORRECT COMMUNICATION ACROSS EFFECTIVE PRESENTATIONS, IN THE SECTOR TOURISM - CHACHAPOYAS 2011"**, is an offer that is sustained in the theory of the communication and the presentations. To achieve this it has begun for the analytical diagnosis of how they realize the presentations in Chachapoyas's city; this analysis based on the study of the presentations of the civil servants, professionals, teachers and students linked with the sector tourism.

The above mentioned information has allowed us to raise a manual for the correct communication across effective presentations, in the sector tourism.

We can conclude that in Chachapoyas the raised manual is needed by supreme urgency, to be able to turn the deficient presentations into effective presentations.

In the times that we are, where the news and the information that we receive are overwhelming, it is very important to establish the necessary conditions to realize a good communication, trying that the information that we want to transmit to our recipients comes in a clear and concise way, avoiding any class of obstacle or interference in the same one. The production of a manual for the correct communication will be the key tool that allows us to reach the ideal levels of understanding, cooperation and coordination inside the tourist sector.

The communication is a basic tool on which they agree the social and labor relations that are established between the different members of tourist sector, is an important to report the flow of necessary and precise information, without lagoons, but also without excesses, to be efficient and to obtain this way, the proved maximum, and to realize effective presentations like that.

For it is of great help the production of this manual if we depart from the term "presentation" that is: to do manifestation of something, to put it to the presence of someone; it is to announce someone or something, to know to depth a certain topic.

The presentation is going to depend on two principal actions to achieve his success. One of them consists in it tries to do, that is previous in trying in which we elaborate the content of the information that we want to transmit, and other one tries to give, that consists of exhibiting and making come this information to our speakers of the sector tourism and be precise.

The mentioned previously is not sufficient to obtain an effective presentation, for which we have to use the tools and technologies of communication that better make come the content of information that we want to transmit, without alterations, neither losses nor distortions, from more faithful form to our recipients. Only of this form we will obtain the effect that we wish to produce the communication, having realized a **correct communication across effective presentations in the sector tourism.**

## I. INTRODUCCION.

La comunicación ha sido desde siempre una de las esencias vitales de nuestra civilización, mucho antes incluso de que entráramos en la llamada *sociedad de la comunicación*. Hasta ahora, la comunicación se ha dado, sobre todo, entre pueblos, personas, estados, culturas, etc. Sin embargo, este siglo XXI que empezamos se muestra como el de la comunicación por parte de las empresas; todos los días y a cada momento nos comunicamos, pero no solo es hablar, expresarse, es saber llegar a transmitir ideas y motivar a la audiencia a que nos escuche, es hacer presentaciones eficaces.

Nos encontramos hoy en día en una sociedad organizacional y, de entre todas las organizaciones, la empresa aparece como una de las fundamentales para nuestro desarrollo. Por este motivo, cada vez son mayores las exigencias y las expectativas que la sociedad deposita en ellas.

Estas demandas de la sociedad han apuntado, entre otras cosas, a la necesidad de que las empresas establezcan, cada vez en mayor medida, cauces de comunicación entre ellas y sus diferentes *stakeholders* (clientes, empleados, proveedores, capital y sociedad). Pero, por otro lado, las exigencias actuales han ampliado también los elementos a comunicar por parte de las empresas, es a través de las presentaciones eficaces que las empresas fidelizan a sus clientes, porque les ofrecen productos y servicios que satisfacen sus expectativas.

Hasta bien poco, era habitual conocer los informes económicos de las empresas, en los que éstas nos mostraban sus balances, cuentas de resultados, etc. Sin embargo, hoy en día se quiere algo más de las empresas.

Se espera de ellas que, además de comunicar los resultados económicos, nos den cuenta de sus avances de una forma eficaz, ¿y cómo lograrlo? A través de la Comunicación Eficaz, utilizada en una herramienta básica: LAS PRESENTACIONES EFICACES.

Realizar Presentaciones Orales Efectivas en las empresas es una etiqueta apropiada de un buen orador. Para ello es recomendable ejercitarse en la expresión oral y mantener una razonable dosis de creatividad. Es así como se logra una óptima interacción en el mundo laboral.

Este manual tiene como objetivo otorgar a los asistentes las herramientas indispensables para que puedan realizar Presentaciones Orales Eficaces frente a diferentes tipos de audiencias.

Estas herramientas se transformarán en el valor agregado de cada presentador, mejorando la comunicación interpersonal, la administración del tiempo, el impacto en los mensajes y en definitiva, su autoestima.

Las exposiciones orales son una gran oportunidad para dar a conocer nuestras ideas, opiniones, proyectos, objetivos, programas, etc., de tal manera preparar y cuidar con esmero la planificación y diseño, ya que sin una correcta presentación, estos conceptos, objetivos y resultados, solo serían argumentos aislados.

Una presentación eficaz en el sector turismo es el hilo conductor de una buena exposición, en la que se trata de destacar y relacionar conceptos e ideas, a la vez mantener, la atención y concentración del público al que queremos transmitir nuestro mensaje. No sólo lo que digamos, sino cómo lo digamos puede cambiar el sentido de la idea, concepto, problema, proyecto, u objetivo que queremos exponer.

Así, definimos los objetivos del presente manual, el cual nos permitirá lograr:

- ◆ Optimizar la presentación de los proyectos de manera que los interlocutores puedan interpretar los mismos con eficacia.
- ◆ Tomar conciencia de la necesidad de un feed-back en la correcta Comunicación.
- ◆ Desarrollar las herramientas tácticas de la Oratoria, y realizar Presentaciones Eficaces.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. BASE TEÓRICA.

#### 2.1.1. LA COMUNICACIÓN.

La comunicación es una herramienta estratégica para la gestión de empresas o, dicho de otra manera, la comunicación en la empresa es un instrumento de gestión y de dirección que, en cuanto a su definición, funciones y aplicación depende de las políticas, las estrategias y las posiciones que adopta una empresa en cada situación concreta.

En la empresa, la comunicación es un elemento mediatizador que pretende convencer, persuadir, influir e informar de los objetivos que se propone.

La comunicación es una función de carácter estratégico y un elemento de progreso y de eficacia en el marco de la vida institucional, económica y política, por lo que constituye un valor social, ya que fomenta la participación en nuestras sociedades democráticas.

##### 2.1.1.1 Objetivo de la comunicación.

La comunicación en la empresa tiene como objetivo apoyar la estrategia de la empresa proporcionando coherencia e integración entre objetivos, los planes y las acciones de la dirección y la difusión y gestión de la imagen y de la información.

He aquí los elementos que hay que considerar:

1. La función de comunicación es intangible, compleja y heterogénea; no obstante, la clave de su éxito consiste en gestionarla mediante un departamento o unidad de comunicación y un responsable que lleve a cabo la integración de los factores y las técnicas que conlleva su aplicación dotándola de los medios y recursos adecuados.

2. El entorno de la empresa, de la institución, cambiado; no sólo abarca a los empleados, clientes, etc., sino que actualmente ha ampliado su campo de influencia a los ciudadanos, vecinos, consumidores, ecologistas, instituciones educativas, administración local, etc., los cuales opinan, reclaman y exigen que las empresas se impliquen en la mejora social.

3. Entre los ciudadanos y las empresas se ha establecido una relación de requerimiento que implica una participación activa en los problemas y actividades de nuestra sociedad actual. Esto significa que las empresas no viven aisladas del entorno, sino que se les exige que contribuyan al bien común.

4. La creciente complejidad de nuestra sociedad requiere un cambio en la comunicación. Dicho cambio exige:

- Comunicación multidireccional.
- Una más amplia participación.
- Comunicación por objetivos.
- Incorporación de elementos de innovación y creatividad.
- Sostenibilidad de los proyectos y de la metodología de comunicación.
- Implantación de las nuevas tecnologías.
- Gestión del conocimiento.

La nueva estructura en red de carácter multidireccional, de gestión integrada y descentralizada, el trabajo en equipos formados por personas de diferentes áreas, de carácter interdisciplinario, la concepción de procesos, la implicación de las personas y la gestión del vínculo entre los actores y los públicos estratégicos son principios de gestión que cualquier intervención en comunicación en la empresa tiene que poner en práctica.

5. En la sociedad actual del conocimiento y de la información, las imágenes y las marcas evolucionan e interactúan influyendo conjuntamente en la opinión y percepción de las personas.

6. Comunicar y comunicar con eficacia no depende de la cantidad, tamaño, negocio, capital de una empresa, sino de la necesidad de comunicar.

Toda empresa tiene:

- ✦ Una imagen y una identidad propias.
- ✦ Una cultura y sistemas de organización interna.
- ✦ Necesidad de generar información.

7. La comunicación es un instrumento de gestión que poseen las empresas actuales para innovar, mejorar la calidad de la dirección, anticipar los cambios y propiciar la toma de decisiones.

8. Organizar y sistematizar la comunicación en la empresa significa racionalizar y encontrar un lenguaje común que permita desarrollar una comunicación estable que se traduzca en una metodología explícita.

9. Cuando hablamos de comunicación en la empresa nos referimos únicamente a aquella que se produce en función de la misión y políticas de una empresa independientemente de la forma, tipología y dimensión que esta adopte.

10. La comunicación es una función transversal al servicio de las políticas y la misión de la empresa a través de su estrecha vinculación con las personas que intervienen en los procesos educativos.

11. Hoy en día muchas empresas han integrado a comunicadores, responsables y técnicos de la comunicación en calidad de expertos con un alto nivel de conocimientos de la práctica profesional y un dominio conceptual y técnico de la comunicación como función estratégica de la dirección de empresas.

12. Los profesionales de la comunicación participan cada vez más en actividades de formación, asesoramiento y consejo en las empresas, como eje de relación con los medios de comunicación y los ciudadanos y en las diferentes funciones en todos los ámbitos de la empresa.

### 2.1.1.2 Flujos de Comunicación: Dirección y Niveles.

Según Diego Levis: La comunicación entre individuos de igual estatus (horizontal), entre superiores y subordinados (vertical: ascendente y descendente) y entre personas de distinto estatus ubicados en diferentes líneas de mando (diagonal) constituyen los modos básicos de los flujos de información. Fuente: LYONS, J. El lenguaje y la lingüística.

La **comunicación descendente**, se utiliza, en general, para transmitir indicaciones respecto de la tarea, explicar los propósitos, informar sobre normas y procedimientos, enviar feedback a los subordinados o comentar los objetivos, las metas y la filosofía de la empresa.

La **comunicación ascendente**, se emplea preferentemente para informar sobre los resultados o efectos de las tareas, las acciones ejecutadas, las opiniones sobre las prácticas y políticas de la organización, necesidades, sugerencias, etc.

La **comunicación horizontal**, permite la coordinación del trabajo, la planificación de actividades y, además de satisfacer las necesidades individuales, es esencial para favorecer la interacción de las personas que se encuentran en un mismo nivel y quienes interactúan con otras áreas y desarrollan trabajos en equipo.

En la **comunicación vertical**, predomina el intercambio de información de naturaleza más formal; mientras que la comunicación lateral y horizontal tiende más a lo informal.

La frecuencia y el volumen del flujo de mensajes están determinados no sólo por factores estructurales, sino que están

mediados por factores psicológicos. La situación interna de la compañía puede dar origen a comunicaciones defensivas, en las cuales las personas evitan el feedback, distorsionan la información, crean rumores, etc.

Las barreras que obstaculizan el flujo de información pueden generarse por la sobrecarga de mensajes (e-mails por ejemplo), o la escasez de información, la incertidumbre del proceso de decisión, acción o en la misma transmisión. La sobrecarga de mensajes, por ejemplo, produce respuestas fuera de plazo, omisiones, errores, descuidos y/o filtrado de mensajes.

El feedback ascendente y descendente es fundamental en el funcionamiento de la comunicación en la empresa. Si no funciona, repercutirá en efectos negativos: falta de eficiencia en la comunicación que produce ruidos, retarda las correcciones o modificación de decisiones sobre la marcha en los procesos, incremento del número de errores, reducción de la productividad y de la satisfacción, surgimiento de barreras, distorsiones y rumores. Muchas veces los logros se asocian con los incrementos en los intercambios de mensajes (comunicación fluida) y los fracasos con su disminución.

La falta de coordinación, información y de claridad en los mensajes se traducen en “ruidos” que dificultan el desarrollo de las tareas.

La utilización de prácticas comunicativas basadas en la “retroalimentación en el desempeño”, permite que cada uno de los trabajadores conozca qué opinan sus superiores sobre su desempeño y de este modo realizar ajustes en su tarea que le permitan lograr los objetivos de su área.

La contracara de esta actitud proactiva con los jefes nunca demuestra abiertamente aprobación o desaprobación a la tarea de las personas a su cargo.

### **2.1.1.3 La Comunicación Eficaz.**

Palabras, tono de voz, gestos, contexto, forman parte del mensaje transmitido. Podemos afirmar que el 99% de los problemas humanos son de origen lingüístico. Hay un lenguaje que genera acción (algo pasa en el universo) y, otro tipo de lenguaje que no genera ninguna acción (comentarios, lamentaciones).

La comunicación eficaz está asociada a la inteligencia interpersonal, es decir exteriorizarse con el lenguaje. La no exteriorización genera el diálogo interno del ser. Esto es igual para el lenguaje no verbal. Comunicación interpersonal y diálogo interno crean nuestra realidad.

### **2.1.1.4 Consejos y recomendaciones para la comunicación con subordinados.**

Cuando se les comunica a los trabajadores el modo en que se está trabajando se consigue un mejor clima laboral. Asimismo, favorecer la circulación de información abre la participación y permite generar intercambios, lo cual sirve para motivar al personal.

Se trata de priorizar una verdadera comunicación en el trabajo que no esté limitada al concepto de información. La información es unidireccional, es decir que se produce en un solo sentido, del emisor al receptor. La comunicación, en cambio, se produce en varios sentidos, estableciendo un corriente dinámica entre los actores, ya que alternativamente, cada emisor se convierte en receptor y cada receptor en emisor del proceso comunicacional.

Desde esta perspectiva la comunicación es acción y es un medio de motivación y estrategia (por lo tanto, un paliativo ante la desmotivación y la falta de reconocimiento).

Cuando el personal sabe qué se espera de él y que está desempeñándose en un nivel competente siente otras necesidades de comunicación, se estrechan vínculos y cada uno se siente más cómodo en su tarea. Si se da una respuesta satisfactoria al personal sobre las tareas, el desempeño y la importancia que tienen sus prácticas para lograr los objetivos de la empresa, los empleados comienzan a percibir algo más que sus propios intereses. Es en ese punto donde comienzan a utilizar un “nosotros inclusivo” en relación con su trabajo, se sienten parte de una misma misión.

La transición del “yo” al “nosotros” simboliza un momento crítico en el trabajo y significa que el individuo ha comenzado a sentirse parte de algo mayor que él. Es tarea del supervisor, jefe o gerente promover esta identificación.

Para poder identificarse con un esfuerzo grupal y entender cómo se desempeña el grupo, cada uno necesitará estar informado, conocer la realidad de la compañía, por ello es importante que los superiores se ocupen de:

- ⇒ Comunicar la información general actualizada (de dominio público) sobre la marcha de la empresa.
- ⇒ Discutir los objetivos del grupo de trabajo y cómo esos objetivos se integran a los objetivos generales de la compañía.
- ⇒ Debatir sobre la necesidad de promover y mejorar el trabajo en equipo.

- ⇒ Encontrar oportunidades para reunir al grupo que forma parte de cada área para dialogar o celebrar.

Quienes supervisan el trabajo tienen que conocer el sistema de valores (la “cultura”) de la empresa e internalizarlo porque así es como se definen las reglas de funcionamiento, la capacidad de interacción y las estrategias que desarrollará cada grupo de trabajo, área o sección en particular. En la práctica, esta cuestión requiere del supervisor y/o jefe:

- ⇒ Tener una apreciación personal y conocimiento de la visión, la misión y la orientación estratégica de la compañía.
- ⇒ Actuar en concordancia con el sistema de valores de la empresa.
- ⇒ Mostrar compromiso y convicción personal con la visión, la misión y la orientación estratégica empresarial.
- ⇒ Estar presente para los trabajadores de manera que sientan que los conduce alguien que los entiende y se interesa por ellos.

El compromiso individual con las metas de la empresa es lo que hace que se alcancen los objetivos y la persona clave para lograr liberar el talento y los dones de los empleados es el jefe u otro líder que se muestre sensible y que pueda conducir a sus subordinados a través de la construcción y el mantenimiento efectivo de las relaciones. Para lograr un mayor nivel de involucramiento de los trabajadores es fundamental:

- ⇒ Brindar la oportunidad de que los empleados puedan tomar iniciativas y decisiones (con la correcta información) sin tener que adivinar qué es lo correcto.
- ⇒ Reconocer y premiar los aportes reales.
- ⇒ Alentar y dar apoyo a la colaboración multifuncional e interáreas.
- ⇒ Promover la confianza mutua.

### **2.1.1.5 Hablar En Público.**

El activista necesita tener la capacidad de comunicarse con la gente de la comunidad: Tanto para sensibilizar como para organizar a la comunidad, su herramienta más poderosa son las reuniones públicas centradas en el diálogo, en donde efectivamente se realizan presentaciones.

Es importante que esté bien informado y familiarizado con sus metas como activista, y con los conceptos clave, que encontrará en palabras clave. Más aún, no memorice las definiciones, reinterprete los conceptos tal y como usted los entiende, y analícelos en su diario y con sus colegas.

No predique como un sacerdote, no dé mítines como un político ni lecciones como un maestro, evite pontificar, arengar o decretar. Arbitre. Pregunte. Guíe. Su modelo debe ser aquel famoso educador de la Grecia antigua, Sócrates, que enseñaba siempre preguntando, nunca dando respuestas. Era un gran moderador que inducía a la gente a pensar (a analizar, a observar) por sí misma.

Manténgase relajado, confiado e informado. Arranque preguntas a los participantes. Sobre todo, pregunte sus opiniones a los más callados y tímidos. No permita que los más dominantes y seguros de sí mismos se adueñen del control del diálogo.

En las reuniones, introduzca también el concepto de la sesión de «tormenta de ideas», que volverá a utilizar en la planificación de sesiones del comité ejecutivo. Explique que los diferentes tipos de sesiones tienen diferentes normas básicas. El diálogo abierto, que usted modera por medio del arbitraje y las preguntas, permite el debate y la discusión.

En una sesión de tormenta de ideas debe hacer hincapié en que no hay debate, crítica ni discusión. Tiene que pedir sugerencias y escribirlas en una pizarra, todas, incluso las menos importantes, y después ordenar la lista por prioridades. La «tormenta o lluvia de ideas» es un tipo de sesión muy bien estructurada y enfocada y los participantes deben aprender y practicar las reglas básicas.

Nunca le diga a una comunidad lo que tiene que pensar o hacer. Quizás se sienta tentado, puesto que sus fines son el fortalecimiento y la lucha contra la apatía, ignorancia, dependencia, enfermedad y falta de honradez (las causas de la pobreza).

Lo que debe hacer es ayudarles a que lleguen a darse cuenta por sí mismos y a que tomen sus propias decisiones. Debe adoptar un sistema mediador si quiere fortalecerles y aumentar su poder (evitando dar lecciones o sermones). Fuente: Folleto de adiestramiento de Phil Bartle, PhD traducción de M Lourdes Sada.

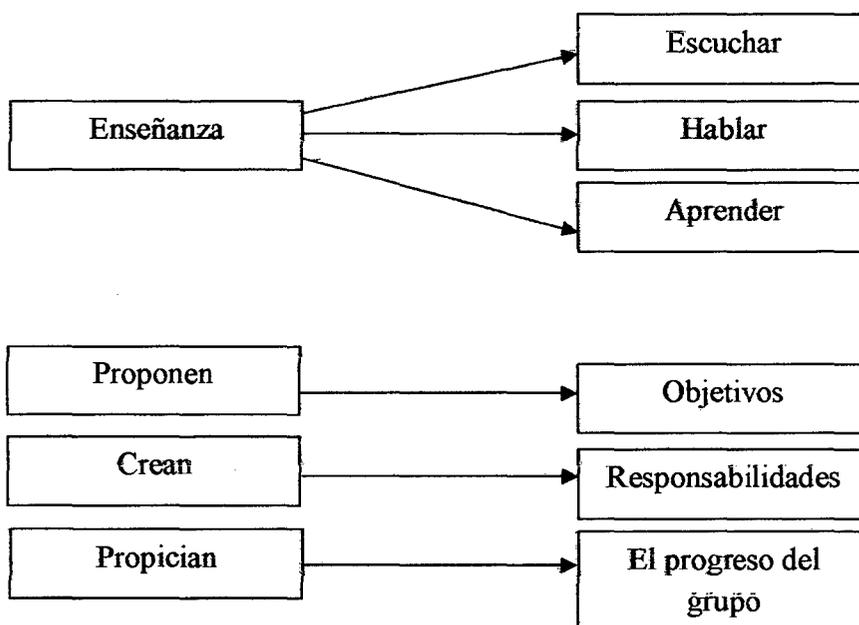
### **2.1.1.6 Conocimiento De Las Técnicas De Grupo, Para Una Comunicación Eficaz.**

Estudia con atención:

Te educas en forma activa y necesitas conocer las diferentes técnicas de enseñanza contenidas en la dinámica de grupos, para poder realizar presentaciones eficaces, es necesario conocer también como se puede manejar los grupos, porque nuestro objetivo es llegar a toda la audiencia.

Estas técnicas propician el ejercicio de la reflexión, el espíritu crítico y la participación intensa de todos los integrantes.

El maestro es el guía que orienta, estimula y tranquiliza con el objetivo de que todos trabajen, pero también planifica, democráticamente, con el grupo.



El uso de una técnica no basta para obtener el éxito deseado; no son recetas de cocina, pues tienen el valor que saben transmitirles las personas que las utilizan; deben ser vivificadas por el espíritu creador de quien las maneja.

Las técnicas basadas en la dinámica de grupos se convierten en instrumentos preciosos en manos del educador y de todo presentador, y para nosotras y para todos ustedes, en semáforos que guían el camino del aprendizaje.

Las técnicas de enseñanza dinámica varían según los objetivos, circunstancias y medios no obstante que la enumeración de ellas sería larga.

### **2.1.6.1 Técnicas Con La Participación De Expertos.**

Las técnicas que se enuncian a continuación son las más divulgadas. En ellas, la actividad está a cargo de especialistas, mientras que el grupo participa como oyente espectador.

#### **2.1.6.1.1 SIMPOSIO.**

**Descripción:** Exposición minuciosa de un tema desde diferentes puntos de vista, con el fin de integrar la visión completa del mismo. Al terminar la exposición de los expertos en la materia, el tema debe quedar desarrollado con la mayor amplitud posible y deslindada las partes lógicas, de manera que se perfile el conocimiento exhaustivo del mismo. La exposición es individual, en forma sucesiva y coherente. Por ejemplo, dentro del tema “la juventud actual”, cada expositor debe presentarlo a través de los siguientes aspectos: educativo, biológico, cultural, psicológico, sociológico, espiritual, etc. Al final debe hacerse una síntesis y trabajo de recolección de la documentación existente sobre el tema, si esto es posible. Las presentaciones lógicas y precisas son clave en los buenos simposios. Fuente: “Dinámica de grupos en educación” de María Andueza.

**Características:** Consiste en la exposición por parte de especialistas o estudiantes bien preparados sobre diferentes aspectos de una temática.

**Objetivos:**

- ⇒ Presentar información completa sobre un tema determinado.
- ⇒ Enfocar los subtemas parciales en forma interrumpida y coherente.
- ⇒ Descomponer un tema complejo en partes lógicas.
- ⇒ Transmitir datos especializados sobre algún tema.

## CARRERA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN - UNTRM

---

**Integrantes:** De tres a seis expositores especialistas en la materia. Cada experto debe enfocar el aspecto particular que responda a su especialización.

**Ventajas:**

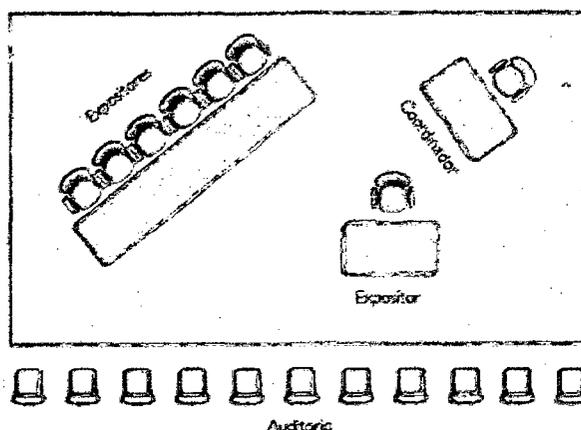
- Presenta el tema completo en un orden determinado, dividido en sus partes significativas.
- Es útil para conocer un tema con profundidad y enfocarlo con diversos criterios.
- Es fácil de organizar y ventajoso cuando el nivel empleado por los expositores es comprensible.
- Hace progresar al grupo maduro que puede manejar diversas opiniones.

**Desventajas:**

- Mínimo de interacción en el grupo.
- Cuando la audiencia no es experta en los temas, depende de la simpatía del disertante y/o expositor y de la atención del auditorio.
- El desnivel de conocimientos entre el expositor y el auditorio y la incomprensión del lenguaje pueden establecer barreras en la comunicación.

Ubicación:

IMÁGEN N° 01



#### 2.1.6.1.2 CONGRESO.

Descripción: Congreso significa etimológicamente “reunión”. En un congreso se establece un contacto e intercambio de experiencias y opiniones entre el grupo de personas calificadas en determinada esfera, donde se analizan problemas basándose en la información proporcionada por conductores competentes. Los congresos, que son variantes del simposio, además de informar, resolver problemas, planear y proporcionar la toma de decisiones, pueden exponer también ideas fundamentales de las nuevas investigaciones o descubrimientos, ya que, en realidad, es un contacto entre especialistas, con frecuencia a nivel internacional.

Objetivos:

- ⇒ Impartir información por parte de personas muy calificadas.
- ⇒ Analizar problemas de interés para los congresistas con base en la información proporcionada por especialistas.
- ⇒ Plantear problemas.
- ⇒ Presentar soluciones.

Integrantes: Delegados de grupos, asociaciones, etc. Los delegados deben ser participantes y no simples oyentes.

Tiempo: Uno o varios días.

Lugar: Grandes auditorios, salas de actos, teatros, paraninfos.

Ventajas:

- ⇒ Presentan problemas de interés general y posibles soluciones.
- ⇒ Se organiza con base en los intereses de grupos numerosos y se oyen opiniones autorizadas sobre temas importantes.
- ⇒ Puede comenzar con una discusión de panel.
- ⇒ Durante los congresos se celebran actos sociales donde se fomentan las relaciones humanas.
- ⇒ Se facilitan al máximo el establecimiento y la vigorización de vínculos y relaciones públicas.

Desventajas:

- ⇒ Excesiva formalidad, actos imponentes, espectacularidad, reuniones por tradición, vacías, sin interés en los objetivos.

### **2.1.6.1.3 MESA REDONDA.**

Definición: Es la reunión de varias personas, tres o seis por lo general, para exponer sobre un tema predeterminado y preparado, bajo la dirección de un moderador. Es un equipo de expertos que sostienen puntos de vista divergentes sobre un mismo tema. Es necesario un coordinador, el tiempo total es de 50 minutos y pueden participar de 3 a 6 seis integrantes. A través del derecho de palabra el auditorio puede formular preguntas.

Fuente: "Dinámica de grupos en educación" de María Andueza.

Su objetivo es:

- Suministrar nuevos conocimientos sobre un tema interesante.

Normas para su preparación: Las personas eligen el tema para discutir; este debe ser adecuado a sus capacidades, con el objeto de que la discusión sea posible; con fuentes de información suficientes, a fin de que haya argumentos en pro y en contra; interesante, para que la actividad sea dinámica, y de actualidad para que llame la atención de los integrantes.

Se debe nombrar un moderador, o sea un encargado de dirigir la discusión; este, a su vez, designa un relator, cuyo oficio es resumir lo que cada expositor plantea.

Entre todos fijan el tiempo que debe emplearse en la discusión. La agenda o lista de las ideas de desarrollo, de acuerdo con el siguiente modelo.

AGENDA	
NOMBRE DE LA INSTITUCION	
ACTIVIDAD: Mesa redonda	
TEMA: _____	
SUBTEMAS: _____	
EXPOSITORES: _____	
MODERADOR: _____	
RELATOR: _____	
LUGAR: _____	
FECHA: _____	HORA: _____
DURACION: _____	

### Ventajas:

- ⇒ Ofrece gran riqueza de ideas y conocimientos, y permite el máximo de interacción entre los integrantes.
- ⇒ Actualmente, la mesa redonda ha sido ampliamente difundida por los diversos medios de comunicación.
- ⇒ Con esta técnica, por ejemplo, los jefes políticos de partidos gubernamentales y otros de oposición exponen puntos de vista acerca de un hecho o medida.
- ⇒ En una mesa redonda se conocen las argumentaciones y las convicciones de los expositores, al evitar la unilateralidad y al propiciar la comprensión profunda del problema.
- ⇒ Expone diferentes hechos y puntos de vista en el plano de la discusión.
- ⇒ Obliga al grupo a enfrentar un tema polémico.
- ⇒ Satisface al grupo interesado en el tema y al que desea saber más.
- ⇒ Permite un máximo de interacción y estimulación entre los miembros de la mesa.
- ⇒ Fomenta el nivel de relaciones humanas y la habilidad de los integrantes para comunicarse y facilita una buena discusión.
- ⇒ Crea una atmósfera informal para relacionarse con el grupo.
- ⇒ Es, en consecuencia, un medio útil para establecer puntos de acuerdo.

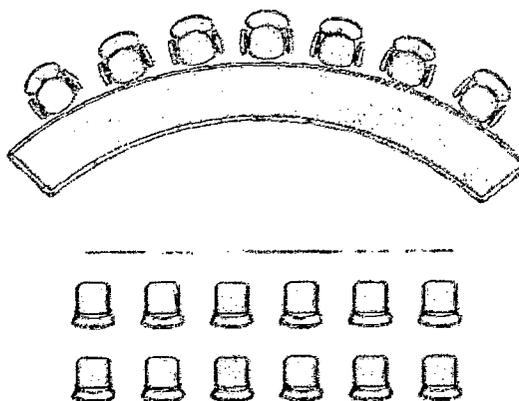
### Desventajas:

- ⇒ La discusión puede ser monopolizada por una o dos personas.
- ⇒ No se recomienda en el medio escolar, ya que los expositores tienen que conocer profundamente el tema para defenderlo y apoyar con argumentos sólidos los respectivos puntos de vista.

Ubicación:

IMÁGEN

N° 02



#### 2.1.6.1.4 PANEL.

**Definición:** Es una reunión de puesta en común y actualización de un tema concreto, fijado con antelación a la reunión del panel. Los miembros del panel, que suelen recibir el nombre de «panelistas», exponen su opinión y punto de vista sobre la cuestión.

**Procedimiento:** El coordinador presenta los integrantes del panel y el tema. Explica el procedimiento a seguir y formula una pregunta relacionada con el tema. A continuación cede la palabra al primer expositor. Los panelistas, antes de terminar, elaboran una síntesis de sus ideas principales.

**Características:** Consiste en la reunión de varios especialistas o estudiantes bien informados acerca de determinado tema que dialogan y exponen sus ideas y conocimientos delante del resto del curso, de manera informal y sin actitud polémica.

➤ El moderador inicia el panel, presentando a los miembros y formula la primera pregunta sobre el tema a desarrollar.

➤ Los miembros del panel hacen sus presentaciones.

- ⇒ El moderador hace nuevas preguntas que puedan ayudar a tocar puntos que aún no se han mencionado y puede dar paso a las preguntas del auditorio para los integrantes del panel.
- ⇒ Al finalizar el tiempo de exposiciones, el moderador pide a los panelistas que resuman sus ideas.
- ⇒ El moderador presenta las conclusiones finales.

Ventajas:

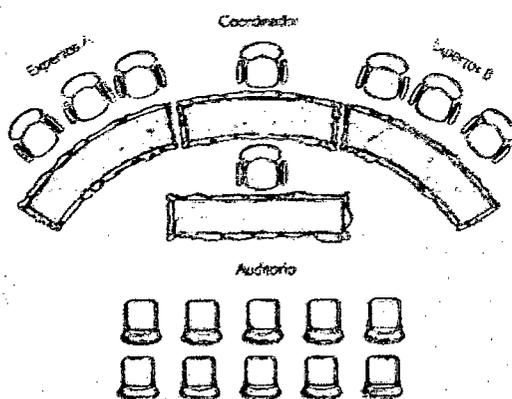
- ⇒ Es útil en la escuela, universidad e institutos de estudio para tratar, dentro de un clima de confianza y apertura, cualquier tema de interés, especialmente los relacionados con situaciones personales (actividades deportivas, reuniones sociales, fiestas, programación de actividades, etc.).

Desventajas:

- ⇒ La información puede proporcionar el desorden en la reunión, la intervención vacía de miembros inexpertos y la desintegración de la técnica.

Ubicación:

IMÁGEN N° 03



### 2.1.6.1.5 LA ENTREVISTA.

**Definición:** La Entrevista es una conversación entre dos o más personas, en la cual uno es el que pregunta (entrevistador). Estas personas dialogan con arreglo a ciertos esquemas o pautas de un problema o cuestión determinada, teniendo un propósito profesional.

La Entrevista es una técnica para obtener datos que consiste en un dialogo entre dos personas: el investigador y el entrevistado, se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, una persona entendida en la materia de la investigación.

Como técnica de recopilación va desde la interrogación hasta la conversación libre.

Otra definición sencilla sería: La Entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el tema propuesto.

**Integrantes:** Entrevistado y entrevistador, o entrevistados y entrevistadores si la entrevistas es colectiva. Ambas partes deben poseer cualidades especiales, si se desea que la entrevista resulte interesante.

**EL ENTREVISTADO** deberá ser siempre una persona que interese a la comunidad. El entrevistado es la persona que tiene alguna idea o alguna experiencia importante que transmitir.

**EL ENTREVISTADOR** es el que dirige la Entrevista debe dominar el dialogo, presenta al entrevistado y el tema principal, hace preguntas adecuadas y cierra la Entrevista.

**Funciones de la Entrevista:** Existen cuatro funciones básicas y principales que cumple la Entrevista en la investigación científica.

⇒ Obtener información de individuos y grupos.

- ⇒ Facilitar la recolección de información.
- ⇒ Influir sobre ciertos aspectos de la conducta de una persona o grupo (opiniones, sentimientos, comportamientos, etc.).
- ⇒ Es una herramienta y una técnica extremadamente flexible, capaz de adaptarse a cualquier condición, situación, personas, permitiendo la posibilidad de aclarar preguntas, orientar la investigación y resolver las dificultades que pueden encontrar la persona entrevistada.

### Ventajas:

- ⇒ La Entrevista es una técnica eficaz para obtener datos relevantes y significativos desde el punto de vista de las ciencias sociales, para averiguar.
- ⇒ La información que el entrevistador obtiene a través de la Entrevista es muy superior que cuando se limita a la lectura de respuesta escrita.
- ⇒ Su condición es oral y verbal.
- ⇒ A través de la Entrevista se pueden captar los gestos, los tonos de voz, los énfasis, etc., que aportan una importante información sobre el tema y las personas entrevistadas.

La ventaja esencial de la Entrevista reside en que son los mismos actores sociales quienes nos proporcionan los datos relativos a sus conductas, opiniones, deseos, actitudes, expectativas, etc. Cosas que por su misma naturaleza es casi imposible observar desde fuera.

### Desventajas:

- ⇒ Limitaciones en la expresión oral por parte del entrevistador y entrevistado.
- ⇒ Se hace muy difícil nivelar y darle el mismo peso a todas las respuestas, sobre todo a aquellas que provienen de personas que poseen mejor elocuencia verbal, pero con escaso valor informativo o científico.

- Es muy común encontrar personas que mientan, deforman o exageran las respuestas y muchas veces existe un divorcio parcial o total entre lo que se dice y se hace, entre la verdad y lo real.
- Muchas personas se inhiben ante un entrevistador y les cuesta mucho responder con seguridad y fluidez una serie de preguntas.
- Existen muchos temas tabúes entre las personas, algunos de los cuales producen rechazo cuando se trata de responder preguntas concretas, como por ejemplo temas políticos sexuales, económicos, sociales, etc.

Tipos de Entrevista:

1. Entrevista estructurada: Llamada también formal o estandarizada. Se caracteriza por estar rígidamente estandarizada, se plantean idénticas preguntas y en el mismo orden a cada uno de los participantes, quienes deben escoger la respuesta entre dos, tres o más alternativas que se les ofrecen.

2. Entrevista no estructurada.

Es más flexible y abierta, aunque los objetivos de la investigación rigen a las preguntas, su contenido, orden, profundidad y formulación se encuentran por entero en manos del entrevistador. Si bien el investigador, sobre la base del problema, los objetivos y las variables, elabora las preguntas antes de realizar la entrevista, modifica el orden, la forma de encauzar las preguntas o su formulación para adaptarlas a las diversas situaciones y características particulares de los sujetos de estudio.

Entre las ventajas de este tipo de Entrevista se tienen:

- Es adaptable y susceptible de aplicarse a toda clase de sujetos en situaciones diversas.
- Permite profundizar en temas de interés.

⇒ Orienta posibles hipótesis y variables cuando se exploran áreas nuevas.

Entre sus desventajas se mencionan:

- ⇒ Se requiere de mayor tiempo.
- ⇒ Es más costoso por la inversión de tiempo de los entrevistadores.
- ⇒ Se dificulta la tabulación de los datos.
- ⇒ Se requiere mucha habilidad técnica para obtener la información y mayor conocimiento del tema.

### **ENTREVISTA PRIVADA**

Definición. Esta técnica establece una relación interpersonal entre dos personas por medio de una plática. Se emplean dos tipos de entrevistas privadas: a) la exploratoria, donde se pretende establecer una relación inicial con el entrevistado y obtener información acerca de sus disposiciones, problemas, deseos, iniciativas, etc., y b) de investigación, que pretende recoger datos, para lo cual se ha fijado previamente una serie de cuestiones que deben plantearse sistemáticamente; este tipo de entrevista la promueve el maestro.

Objetivos:

- ⇒ Conocer el sujeto.
- ⇒ Ayudar al entrevistado.
- ⇒ Orientar al entrevistado en su desenvolvimiento emocional, institucional, social.
- ⇒ Recoger datos biográficos.
- ⇒ Conseguir información específica.

Conclusión: La Entrevista es una forma de interacción social, donde el investigador se sitúa frente al investigado y le formula preguntas.

Como instrumento de la investigación social la Entrevista tiene una gran importancia ya que esta permite obtener determinadas conclusiones sobre lo que se está investigando.

En síntesis el presentador debe estar en la capacidad de poder manejar esta técnica ya que esto le es de gran ayuda al momento de realizar su investigación.

### **2.1.6.1.6 DIÁLOGO O DEBATE PÚBLICO.**

Definición: Es una discusión dirigida entre dos personas o dos grupos que, ante un auditorio, exponen sus ideas sobre un tema, sustentándolas con argumentos que chocan entre sí. Se trata de dos personas expertas que conversan frente a un auditorio sobre un tema siguiendo un esquema previsto. Se utiliza una técnica informal y un tiempo de duración máximo de 30 minutos. El auditorio al finalizar el diálogo puede intervenir.

Es una manera de presentar puntos de vista opuestos sobre un mismo tema.

Sus objetivos son:

- ⇒ Exponer y defender opiniones sobre un tema.
- ⇒ Adquirir elementos de juicio, tanto con la preparación como con las exposiciones para facilitar la toma de decisiones.
- ⇒ Ejercitarse en la expresión oral y escucha; cada participante pensando en lo que va a expresar y escuchando con respeto los planteamientos de los demás.

Ventajas:

- ⇒ Del diálogo de estas dos personas, el auditorio obtiene datos de dos fuentes que lo hagan reflexionar.
- ⇒ Es útil para tratar temas de estudio, programas, etc.
- ⇒ Este tipo de desarrollo es conveniente para tratar cuestiones áridas o conceptuales, ya que el diálogo refuerza y aclara conceptos.

- ⇒ Es sencillo en su forma y fácil de planear y llevar a cabo.
- ⇒ Permite la captación de las reacciones del grupo por parte de los dialoguistas.
- ⇒ Es favorable cuando los expertos no tienen el grado de seguridad o aptitudes necesarias para promover una disertación en público o dirigir una discusión.

Desventajas:

- ⇒ Hay interacción sólo entre los participantes del diálogo y, por ende, poca interacción del grupo en general.

### **2.1.6.1.7 EL FORO.**

Definición: Es una exposición de un tema determinado que realizan generalmente cuatro personas: un mantenedor y tres ponentes.

Se trata de un tema dividido, por lo general en tres subtemas, pero esto no quiere decir que el número de ponentes no pueda aumentar, ni que haya más subtemas. El foro es una exposición de grupo. El grupo en su totalidad discute el tema, hecho o problema, conducido por un coordinador. Es necesario que se planifique la discusión, el tiempo para cada expositor es de tres minutos. Se debe escoger a un coordinador y un secretario.

Objetivos:

- ⇒ Permitir la libre expresión de ideas y opiniones a todos los integrantes del auditorio.
- ⇒ Establecer diversos enfoques.
- ⇒ Desarrollar el espíritu de participación de los miembros.
- ⇒ Integrar el grupo.

**Características:** La totalidad del grupo clase discute informalmente un tema, hecho o problema, conducido por un coordinador que habitualmente es el presentador. Se trata entonces de una clase donde todo el curso analiza o debate un tema o problema que ya se ha trabajado previamente o que se ha presentado a través de una película, obra de teatro, conferencia, experimento, artículo periodístico etc. También puede constituir la parte complementaria de una mesa redonda, simposio, panel u otra técnica grupal.

Permite obtener las opiniones de un grupo más o menos numeroso acerca de un tema, hecho, problema o actividad y llegar a ciertas conclusiones generales.

**Ventajas:**

- ⇒ Permite obtener opiniones de un grupo más o menos numeroso acerca de un tema, hecho o problema, y llegar a conclusiones generales.
- ⇒ A veces puede ser práctico dividirse en subgrupos, para trabajar en forma de comisiones.
- ⇒ Constituye un buen medio para descubrir problemas y para obtener datos.
- ⇒ Se observan las reacciones de los interrogadores y las respuestas de los interrogados.
- ⇒ Hay informalidad en la discusión.

**Desventajas:**

- ⇒ Dificultad para oír bien a los expositores y desorden, si no se han previsto con exactitud los lugares.

### **2.1.6.1.8 ASAMBLEA.**

**Descripción:** La asamblea es una sesión en la que se discute un tema preciso y de interés para la comunidad.

## CARRERA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN - UNTRM

---

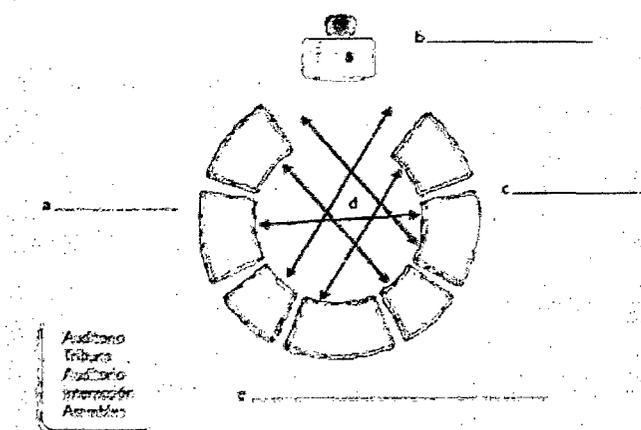
Las asambleas pueden ser nacionales, regionales, estatales, de instituciones, etc. y cumplen muchas funciones en la vida pública. Una asamblea debidamente proyectada es una de los mejores medios para mantener a la gente informada respecto de las actividades de la comunidad. Temas y problemas públicos son aclarados en ella. El éxito de la asamblea depende de la coordinación de la mesa directiva y del auditorio en sus esfuerzos referidos a objetivos comunes. Los proyectistas deben considerar con mucho cuidado los aspectos y problemas de la reunión, antes de que la mesa directiva y el auditorio participen directamente. En las asambleas la participación del auditorio debe convertirse en práctica común y aceptada.

Objetivos:

- ⇒ Informar al auditorio respecto de los problemas y actividades de la comunidad.
- ⇒ Aclarar situaciones de grupo.

Ubicación:

IMÁGEN N° 04



### **2.1.6.1.9 SEMINARIO.**

**Definición:** Es una técnica de trabajo en grupo y expresión oral utilizada para tratar a fondo un tema predeterminado. De acuerdo al contexto en el cual se lo utilice, el término seminario referirá diversas cuestiones.

**Objetivos:**

- ⇒ Investigar intensivamente un tema planificado por el grupo de seminario.
- ⇒ Compartir la información con el grupo.

**Ventajas:**

- ⇒ Técnica de la discusión del seminario, actualización, perfeccionamiento y profundización de estudios.
- ⇒ Útil para buscar información, discutir en colaboración, analizar a fondo datos e informaciones y confrontar puntos de vista.
- ⇒ El aprendizaje logrado de esa forma es de calidad superior al logrado en los libros de texto; es por eso que ciertas inquietudes intelectuales se aclara.

**Desventajas:**

- ⇒ Se necesitan personas con hábitos de trabajo intelectual, ya que no cualquiera puede participar en este tipo de estudios, pues hay necesidad de ser, en cierto sentido, creador.
- ⇒ Por lo general, hay dificultades para encontrar bibliografía.

### **2.1.6.1.10 LLUVIA O TORBELLINO DE IDEAS.**

**(BRAINSTORMING).**

**Características:** Se trata de que el grupo-clase pueda poner en común el conjunto de conocimientos, de ideas o propuestas que cada uno de sus

integrantes tiene sobre un tema o problemática para llegar a una síntesis, conclusiones, propuestas o acuerdos comunes. Se trata también de desarrollar el pensamiento divergente o creativo.

Objetivos:

- ⇒ Desarrollar la imaginación creadora.
- ⇒ Encontrar nuevas soluciones.
- ⇒ Ejercitar la imaginación creadora, tratando de encontrar ideas originales.

Ventajas:

- ⇒ Agrupa participantes maduros, valiosos para desarrollar capacidades creativas.
- ⇒ Este tipo informal de trabajo proporciona la espontaneidad.

Desventajas:

- ⇒ Si participan individuos inmaduros, fracasara.
- ⇒ Es difícil encontrar personas que no estén dominadas por alguna inhibición.

### **2.1.6.1.11 Dinámicas De Grupo.**

Son técnicas participativas de grupos que ayudan a generar aprendizajes que parten de lo que las personas saben, viven y sienten. Fuente: “Técnicas de guiado” de Ahón Jiraldó, Juan Antonio.

Objetivos:

- ⇒ Ayudan a motivar y generar el dialogo.
- ⇒ Ayudan a generar un ambiente de confianza y recreación.
- ⇒ Ayudan a fortalecer la autoestima y a desarrollar un tema o actividad en particular.

⇒ **Propician el relajamiento y la participación.**

Tipos: Hay dinámicas que se aplican para distintas situaciones, según nuestros objetivos.

**1. De presentación y motivación:** Permite que los participantes se conozcan mejor o profundicen su mutuo conocimiento, motivando para que el trabajo que se desea realizar se haga sin tensiones.

**a. “Los refranes”.**

⇒ **Recursos:** Refranes (en número que corresponda a la mitad de participantes) y cuartillas.

⇒ **Procedimiento:** El responsable de conducir la actividad escribe, con anticipación, la mitad de cada refrán en una cuartilla. Ejemplo: “Al que madruga...” (en una cuartilla), “...Dios le ayuda” (en otra).

- Luego, dobla las cuartillas, las coloca en una bolsa y las mezcla.
- Invita a los participantes a pararse formando un círculo y a sacar un papel de la bolsa, indicándoles que no lo abran hasta recibir la señal.
- Una vez que todos tengan su papel, les dice que después de la señal, todos deben abrirlo y leer en voz alta su contenido, de tal manera que encuentren al compañero que posee la otra mitad del refrán.
- Una vez formadas las parejas, tendrán unos minutos para presentarse las dos personas, respondiendo a estas u otras preguntas: ¿Cómo se llaman?, De dónde vienen?, ¿Qué hacen?, ¿Qué les gusta y no les gusta hacer?, etc.
- Al cumplirse el tiempo, en plenario, cada integrante de la pareja presenta a su compañero(a).

Por ejemplo:

Cecilia dice: “Nuestro refrán fue...” y les presento a mi compañero Alberto, y lo que más le gusta hacer los domingos es dormir hasta tarde.

Alberto dice: “Les presento a mi compañera Cecilia, y lo que más le gusta hacer los domingos es visitar a su familia”.

### **b. “Yo afirmo que...”**

⇒ Recursos: Ambiente limpio, disposición para participar y creatividad.

⇒ Procedimiento:

- Para empezar, el responsable de conducir la actividad invita a los participantes que escriban en una cuartilla, con un plumón grueso, su nombre y que los coloquen en el pecho con cinta adhesiva.
- Luego indica que se sienten o que se paren en círculo y que se imaginen que forman parte de un grupo de amigos, cuya única consigna es no dejar que los demás vean sus dientes, ni siquiera cuando se ríen.
- Alguien inicia diciendo su nombre y una frase graciosa respecto a otro del grupo. Por ejemplo: “Yo Manuel, afirmo que Enrique se cayó de la cama anoche...” Enrique dice: “Yo no hice tal cosa, fue Miguel” y Miguel dice: “El que lo hizo fue...” hasta que alguien se equivoque y sonría.
- Quien sonríe, debe decir la siguiente frase graciosa, así hasta que todos conozcan sus nombres.

### **c. “El trencito”.**

⇒ Recursos: Ambiente amplio, disposición y creatividad.

⇒ Procedimiento:

- Todos se colocan en círculo. Un participante hace de locomotora: pita, traquetea y resopla por el círculo, hasta pararse delante de una persona y, si sabe su nombre, lo dice en voz alta mientras

simultáneamente pita y salta haciendo los movimientos que realiza un policía para dirigir el tráfico con sus brazos. La locomotora se da vuelta y engancha el nuevo vagón, y juntos traquetean de nuevo por el círculo hasta detenerse delante de otra persona, y tanto la locomotora como el vagón, gritan al mismo tiempo el nombre de la persona que será unida al tren; enganchan al nuevo vagón y así sucesivamente hasta que el tren compuesto por todos, traquettee por la sala.

**2. Para favorecer la comunicación:** Ayudan a tomar conciencia de la importancia de la comunicación en las relaciones humanas y estimulan el aprendizaje para saber escuchar a los demás; buscando formas adecuadas para comunicarse mejor.

**a. “El teléfono malogrado”.**

▣ Recursos: Ambiente amplio y disposición para el trabajo.

▣ Procedimiento:

- El responsable de conducir la actividad, invita a todos los participantes a ponerse en círculo.
- Luego les dice él/ella dirá una frase en secreto a una de las personas del círculo, quien debe comunicarla, también en secreto, al siguiente participante y así sucesivamente hasta finalizar. La frase será sencilla, como: “Anoche brillaba la luna, y me encantó mirarla”.
- La última persona que recibió el mensaje lo dice en voz alta para que todos lo escuchen, y confirmen si éste fue el mensaje que se dio originalmente; si no lo es, regresa en el círculo para conocer cuántas veces y quién cambió el mensaje original.
- Para terminar, se invita a los participantes a que expresen cómo se sintieron, qué sucedió para que el mensaje no llegara tal como fue

transmitido inicialmente, qué relación hay entre este hecho y la vida cotidiana, etc.

### b. “Los anteojos”.

⇒ Recursos: Ambiente amplio, monturas de anteojos (papel o alambre) y disposición para el trabajo.

⇒ Procedimiento:

- La persona que conduce la actividad explica que esta dinámica consiste en ver la realidad a través de distintos prismas. El objetivo es comprender el punto de vista de los otros y como una determinada postura condiciona nuestra visión de la realidad.
- Comienza la dinámica diciendo: “Estos son los anteojos de la desconfianza. Cuando los llevo puesto soy muy desconfiado. ¿Quiere alguien ponérselos y decir qué ve a través de ellos, y que piensa de nosotros cuando se los pone?”
- Luego, invita a otros de los participantes a hacer lo mismo.
- Después de un rato, se sacan otros anteojos que se van ofreciendo sucesivamente a voluntarios (por ejemplo: los anteojos de la “confianza”, del “crítico”, del “yo hago todo mal”, del “todos me odian”, del “nadie me acepta”, etc.).
- Al finalizar el responsable de conducir la actividad preguntará: ¿cómo se han sentido?, ¿qué conclusiones se pueden sacar de esta dinámica?, ¿en qué se parece nuestra vida?, etc. Fuente: “Técnicas de guiado” de Ahón Jiraldó, Juan Antonio.

### c. “El huracán”.

⇒ Recursos: Ambiente amplio, un lápiz, una lista y disposición para el trabajo.

⇒ Procedimiento:

- El responsable de conducir la actividad lee el siguiente texto:

- “Al llegar a donde vives, después de descansadas vacaciones, encuentras que ha estado lloviendo durante muchos días y ahora hay un fuerte viento huracanado. En el momento que estas llegando a tu casa, un policía desde un patrullero y con un gran micrófono, está indicando a todos los pobladores que tienen que evacuar la zona, ante la peligrosa cercanía de un huracán. Conversas con el policía para que te permita entrar a tu casa por unos minutos para sacar algunas cosas muy valiosas para ti.
- El policía accede y te concede solo cinco minutos para seleccionar las cosas que quieres llevarte, indicándote que solo podrás rescatar cuatro cosas. ¿Cuáles salvarías?
- A continuación, el animador entrega a cada participante una hoja con toda la lista de todas las cosas que puede “salvar”:
  - ✓ Un álbum de fotografías de tus primeros tres años.
  - ✓ Una radio.
  - ✓ El vestido de boda de tu abuela que usaste (tú o tu esposa) en tu boda, o que lo has estado conservando para cuando te cases.
  - ✓ El diario personal que has estado escribiendo desde el año pasado.
  - ✓ Un largo poema en el que has estado trabajando durante varios meses y que ya está listo para entregarlo a un concurso.
  - ✓ Un barco dentro de una botella, que hiciste el año pasado, cuando estuviste enfermo/a y te mandaron guardar cama durante seis semanas.
  - ✓ Una guitarra muy cara que has conservado por mucho tiempo y que hace sonar tu música mucho mejor.
  - ✓ Tus zapatos favoritos.
  - ✓ Tu libreta de calificaciones y los certificados de estudios desde que empezaste tu colegio.

- ✓ Tu agenda con direcciones.
  - ✓ Un precioso atlas de 1887 que tienes prestado de un amigo.
  - ✓ Una valiosa alfombra que te regalaron cuando estuviste por Asia, y que tiene un sitio especial en el suelo de tu comedor.
  - ✓ La cara y costosa colección de estampillas que tu padre colecciona desde 1930.
  - ✓ Las cartas de amor de una chica/o a quien quieres mucho.
  - ✓ Dos botellas con un vino muy rico y añejo, que has estado guardando para alguna ocasión especial.
- Les indica que solo tienen 5 minutos para que elijan las 4 cosas que desean salvar. (avisarles cuando falte un minuto).
  - Una vez que todos han realizado su selección personal, se forman grupos de 4 a 5 miembros, y se les pide que elijan a un representante. Luego se les da un tiempo de 15 minutos para que decidan cuáles son las 4 cosas que, colectivamente y de común acuerdo, seleccionarán jerarquizándolas. (avisar cuando falten 3 minutos).
  - Cumplido el plazo, los representantes de los grupos se reúnen, y durante 20 minutos, siendo fieles a las decisiones de sus grupos, dialogan y buscan el consenso sobre las 4 cosas que quieren “salvar”, precisando su jerarquía.
  - Finalizado el tiempo de la actividad, se invita a todos a dialogar sobre su estado de ánimo durante la dinámica, y a examinar si la decisión final ha representado a todos los participantes. Asimismo, se dialoga sobre la actuación de los representantes y las actitudes y roles observados durante el desarrollo de la dinámica.
- 3. Para formar grupos:** Permiten que los participantes se integren mejor y formen grupos, con la finalidad de desarrollar una actividad. Para ello se tendrá en cuenta distintos criterios como: gustos, disgustos,

nombres, colores, etc., de tal manera que se fomente la participación de todos y se rompa con grupos cerrados ya establecidos.

### a. “Animales en movimiento”.

⇒ Recursos: Cuartillas en igual número de participantes, bolsas, caja o canastas para mezclar las cuartillas.

⇒ Procedimiento:

- Previamente, el responsable de animar la actividad escribirá en las cuartillas tanto nombres de animales, como grupos necesite formar. Por ejemplo: monos, caballos, gatos, canguros, elefantes, etc. El nombre de cada animal será repetido según el número de personas que integrara cada grupo.
- Coloca las cuartillas dobladas y mezcladas en la bolsa (caja o canasta).
- Luego, invita a los participantes que están de pie en un círculo a sacar una cuartilla de la bolsa, y les pide no abrirlo hasta recibir la indicación.
- Cuando todos los participantes tienen su cuartilla, les indica que al oír la señal, todos a la vez y en silencio deben hacer los movimientos del animal que les ha tocado, de tal manera que puedan encontrar a las personas que realizan el mismo movimiento y formar un grupo.
- Después de unos minutos, preguntara por ejemplo: ¿dónde están los monos, los elefantes, etc.?
- Se pide a los grupos formados, colocarse en un lugar del salón y esperar las indicaciones para realizar la actividad o juego.

### b. “El barco”.

⇒ Recursos: Mucho entusiasmo y ambiente amplio.

⇒ Procedimiento:

- El animador de la actividad, pide a los participantes colocarse en el centro del salón, como si estuvieran todos encima de un barco y seguir las indicaciones.
- Les pide que se imaginen que el barco sale a la mar y que comienza a moverse y que ellos realicen los movimientos.
- Informa que se avecina una tormenta y que el barco comienza a moverse fuertemente en el mar.
- Señala que el barco zozobra y que los participantes deben de salvarse, pero para ello hay que saltar balsas, indica que hay balsas para 6 personas, luego para 8, para dos... y así sucesivamente hasta formar el número de grupos y la cantidad de integrantes que se desea.

c. “Meses y años”.

⇒ Recursos: Ambiente amplio y disposición para el trabajo.

⇒ Procedimiento:

- La persona responsable de la actividad, pide a los participantes que se coloquen de manera ordenada formando una sola fila.
- Luego, les indica que deben estar lo más junto posible, encima de una línea imaginaria con alguno de los dos pies, se trasladen para ordenarse de acuerdo a su mes y día de nacimiento.
- Finalmente, indica que se dividirán en grupos de acuerdo a la ubicación que han obtenido.

4. **De recreación:** Ayuda a superar cansancios, recuperar la concentración en la actividad que se está desarrollando y elevar el nivel de energía de los participantes. Así como también genera momentos de alegría y confianza entre los participantes.

### a. “El objeto mágico”.

⇒ Recursos: Ambiente amplio, creatividad e imaginación, una escoba (o cualquier otro objeto).

⇒ Procedimiento:

- El responsable de conducir la actividad invita a todos los participantes a formar un círculo.
- Luego les indica que la dinámica se hace en silencio y que consiste en imaginar que el objeto que se les entregará (por ejemplo una escoba) es “mágico” y que puede convertirse en cualquier otro objeto. Cada participante debe salir al centro del círculo y al objeto real darle un uso diferente, de tal manera que todos puedan reconocer de que objeto se trata.
- El grupo, después de reconocer el objeto, dará un aplauso al participante.
- Una vez que el objeto es reconocido, el participante entrega la escoba a otra persona, quien debe salir al centro del círculo y usarlo de manera diferente a la anterior, y así sucesivamente.

### b. “Representando una escena”

⇒ Recursos: Ambiente amplio, creatividad e imaginación.

⇒ Procedimiento:

- Los participantes forman un círculo.
- El responsable de la dinámica les indica que ésta se desarrolla en silencio y que consiste en que cada participante representará, haciendo mímica, la situación que él le describirá. Por ejemplo: “hace mucho calor, estas tratando de comerte un helado que se está derritiendo, y no quieres ensuciarte la ropa”, “estas caminando por la arena caliente y llevas un vaso de refresco en la mano”, “vas caminando rápidamente y de pronto te das cuenta que el piso está lleno de vidrios”, etc.

- Los demás participantes deberán expresar lo que se han imaginado con la representación.

### c. “La corriente eléctrica”

⇒ Recursos: buen ánimo y disposición de trabajo.

⇒ Procedimiento:

- El responsable de dirigir la actividad invita a todos los participantes a sentarse y a que se tomen de la mano formando un círculo. Uno de ellos, debe quedarse parado en el centro del grupo.
- Uno de los participantes iniciara la “corriente eléctrica” dándole un apretón de mano a su compañero de la derecha, quien debe pasar la señal al que le sigue, y así terminar toda la vuelta.
- En una segunda ronda, cada quinto participante será una “estación”, que puede continuar con la corriente, o regresarla, volviendo a apretar la mano del que se la pasó, y en este caso emitirá un ruido.
- La persona que se quedo en el centro debe adivinar quién es el que está pasando la corriente en el preciso momento en que lo haga. La persona descubierta, ocupa el centro y continuará con la dinámica.

**5. Para desarrollar el autoestima:** Propicia la afirmación de la autoestima de las personas y estimula el respeto y la aceptación de los demás; generando un ambiente en que las personas se sientan aceptadas y valoradas.

### a. “La red”.

⇒ Recursos: Una madeja de hilo o lana.

⇒ Procedimiento:

- Se invita a todos a formar un círculo.
- La persona que conduce la actividad indica que la dinámica consiste en lanzar la madeja aun participante sin soltar la punta y que, en el

mismo momento, quien envía la madeja, debe decir en voz alta, algo positivo acerca del participante a quien se la lanzó.

- Quien la recibe hace lo mismo: Toma la madeja y la lanza a otro compañero/a sin soltar la parte de la madeja que a él le llegó, diciéndole en voz alta lo que le gusta o valora en él/ella; y así sucesivamente hasta formar una gran red o telaraña.
- Al terminar, invita a los participantes a expresar como se han sentido, que les ha parecido la dinámica, por qué ha sido importante, qué significa la telaraña que han formado entre todos, qué pasaría si alguien soltara la parte de la madeja que le tocó, etc.

### b. “La entrevista de afirmación”.

⇒ Recursos: Papel y lapicero.

⇒ Procedimiento:

- La persona que conduce la actividad, indica al grupo que un participante voluntario será “entrevistado” frente al grupo; y, otro hará de “entrevistador”. Se le dice al “entrevistador” que las preguntas deben ser sencillas para no infundir miedo o vergüenza y, a la vez, suficientemente interesantes para mantener la atención de todo el grupo. Ejemplo: ¿Dónde nació?, ¿Cuál es su comida favorita?, ¿Qué lugares conoce?, ¿Qué le gusta hacer en sus momentos libres?, ¿Qué tipo de lectura le gusta?, etc.
- El entrevistador debe mirar directamente a la persona que está entrevistando y hacer preguntas que sean apropiadas para esa persona.
- El entrevistador debe ser muy positivo, resaltando las cualidades del entrevistado tanto como sea posible.
- En el desarrollo de la dinámica podrán ser entrevistados un máximo de dos personas a la vez, para que haya tiempo suficiente de atención de los que escuchan.

- Al terminar, el responsable de la actividad invitará a los entrevistados a decir cómo se han sentido, a los observadores a señalar lo que han visto y al entrevistador a expresar si le fue fácil o difícil hacer las preguntas. Asimismo, pedirá a los entrevistados que expresen la experiencia vivida, destacando sus méritos.
- Luego invitará a los participantes a señalar la utilidad de una dinámica de este tipo, lo que ha permitido aprender, etc.

### c. “La cadena”.

⇒ Recursos: Ambiente amplio y disposición al trabajo.

⇒ Procedimiento:

- La persona responsable de conducir la actividad explica que se trata de expresar en forma no verbal un sentimiento; para esto, invite a formar filas paralelas, con igual número de participantes, ordenados en sentido contrario. Cada fila funcionará independientemente hasta que el animador indique lo contrario.
- Al oír una palmada, los primeros de cada fila se vuelven dando un salto hacia los segundos, al caer al suelo dan un grito y hacen un gesto que exprese un sentimiento, pudiendo usar todo el cuerpo. En esta actitud, la persona se queda inmóvil.
- Los segundos de cada fila vuelven hacia los terceros con un nuevo grito y gesto y así sucesivamente.
- Una vez que todos han hecho el ejercicio y se quedan en la posición con los gestos congelados, el animador indica que se vuelvan lentamente una fila hacia la otra, manteniendo las personas el gesto congelado. Se observan bien y tras una señal, los participantes intercambian los gestos.
- Al finalizar es conveniente analizar las dificultades que los participantes han sentido para poder expresarse, así como lo que

sintieron al “tomar” el gesto de sus compañeros/as. Fuente:  
“Técnicas de guiado” de Ahón Jiraldó, Juan Antonio.

Todas estas dinámicas de grupo antes mencionadas, son de gran ayuda al presentador, sobre todo cuando el tema abordado es un tanto confuso y aburrido, emplearlas cambiaría el estado anímico de la audiencia, o también para motivarla a participar e involucrarse en la presentación.

### 2.1.2 EL TURISMO.

Es el conjunto de las relaciones y fenómenos, producidos por el desplazamiento y permanencia de personas, fuera de su lugar de domicilio, en tanto dichos desplazamientos, y permanencias no está motivada por una actitud lucrativa. (Hunziker y Krapt).

El turismo es una actividad de ocio, implica un movimiento o desplazamiento además conlleva un descubrimiento, también trae consigo y trae una interacción entre el sujeto y el medio ambiente, además contacto entre los visitantes, y los residentes del país visitado aunque de forma temporal. (Barman).

➡ **Visitantes:** Todas las personas que se desplazan a un lugar distinto al de su entorno habitual por una duración inferior a 12 meses por cualquier razón excepto la de ejercer una actividad remunerada en el lugar.

➡ **Turistas:** Toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él por lo menos 24 horas o más.

➡ **Excursionistas:** Toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él menos de 24 horas, sin pernoctar en el mismo.

En este punto de la presente investigación necesitamos de otros conceptos para poder avanzar con claridad y seguridad, el tema turístico.

⇒ **Turismo individual:** Lo realiza una persona que organiza su viaje temporal por sí misma o por conducto de otra especializada y se desplaza a otro lugar fuera de su domicilio habitual. (Arq. Jorge Valencia Caro boletín turístico.com).

⇒ **Turismo en grupo:** Es el realizado por varias personas que organizan por sí, o por conducto de una persona especializada viajes temporales a otros lugares fuera de su domicilio habitual. A veces, los grupos van acompañados de un guía. (Arq. Jorge Valencia Caro, boletín turístico.com).

⇒ **Paquete turístico:** Conjunto de servicios que incluyen el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc. Puede o no incluir el transporte de aproximación y se vende a un precio global, y en un solo acto de compra.

⇒ **Transfer:** Actividad consistente en transportar al cliente desde un medio de transporte a otro, o desde el hotel a un medio de transporte o viceversa.

⇒ **Sistema:** Conjunto de reglas o principios sobre una materia racionalmente enlazados entre sí. (ACADEMIA. 2001 Arq. Jorge Valencia Caro boletín turístico.com).

Cuando preparábamos las condiciones para este viaje comentamos que la industria turística es de gran aporte económico para los países que lo desarrollan de forma correcta para lo cual hay que tener un control sobre los impactos que esta produce.

### 2.1.2.1 Impactos en el Turismo.

Los efectos positivos o negativos que implican cualquier actuación en el medio, la suma de los impactos económicos, socioculturales, como los naturales es lo que conocemos en turismo como impactos medioambientales.

### **Económicos:**

- Contribuye el desarrollo de otros sectores de la economía.
- Estimula las inversiones en el país.
- Crece la movilidad de las personas creciendo el gasto.
- Creación de nuevos puestos de trabajo.
- Realza economías deprimidas.
- Acelera el perfeccionamiento científico técnico.

### **Socioculturales:**

- Se amplía el intercambio de ideas y de comprensión entre países.
- Desaparición o rescate de las ocupaciones tradicionales de zonas donde se desarrolla la actividad turística.
- Subordinación o rescate de la cultura a los objetivos turísticos.
- Enfrentamiento entre el sistema de valores de los residentes y los turistas.
- Aparición de manifestaciones sociales negativas.

### **Ambientales:**

- Mejoramiento del entorno natural.
- Contaminación de aguas, aire, degradación del suelo.
- Depredación de la flora y la fauna.
- Degradación y destrucción de especies y ecosistemas.
- Daños a conjuntos arqueológicos e históricos.

#### **2.1.2.2 El Turismo en el Perú.**

El Perú es un país que cuenta con variados atractivos turísticos, debido a su cultura, regiones geográficas, rica historia y deliciosa gastronomía.

Este país cuenta con más de cien mil sitios arqueológicos, razón por la cual el ochenta por ciento del turismo receptivo es de carácter cultural.

El Perú es un país rico en diversidad de flora y fauna, de las cuales muchas de ellas son endémicas. Un lugar recomendable para hacer turismo es la región Amazonas en Perú es un lugar maravilloso y encantador, esta es una región privilegiada por que posee una gran riqueza biológica, está situada al noreste peruano, en plena ceja de selva. Fue asiento de la influyente cultura Chachapoyas o Sachapuyos. Sus construcciones pétreas, templos, fortalezas, andenes, tumbas, cerámicas y ciudades dan testimonio del gran avance alcanzado por esta civilización; desde su cálida gente hasta sus increíbles restos arqueológicos. Aquí podrás deleitarte con sus exquisitas comidas típicas, turismo arqueológico, turismo ecológico y turismo de aventura. Si tienes un tiempo de vacaciones no dudes en pasarlo en Amazonas.

Amazonas se encuentra ubicado en la parte norte de nuestro país y tiene como capital a la ciudad de Chachapoyas. Su territorio ocupa parte de sierra y parte de selva con temperatura promedio 25°C. Forma parte de la Cordillera del Cóndor.

En este mágico Amazonas podrás realizar turismo arqueológico, descubriendo la Fortaleza de Kuélap, la Laguna de los Cóndores y los Sarcófagos de Karajía, los Mausoleos de Revash, entre muchos otros recursos y atractivos turísticos hallados en la zona, los cuales constituyen importantes vestigios de interés turístico.

La ciudad de Chachapoyas conserva todavía sus amplias casonas de estilo virreinal; con techos de tejas y grandes patios rodeados de huertos, jardines y vistosos balcones; cabe informar que los pueblos antiguos de esta región conservan todavía sus costumbres, tradiciones, lo cual con una adecuada

conservación, a futuro se podría fomentar el conocido RTC (Turismo Rural Comunitario), aprovechando nuestra riqueza cultural.

### 2.1.2.3 La Economía y El Turismo.

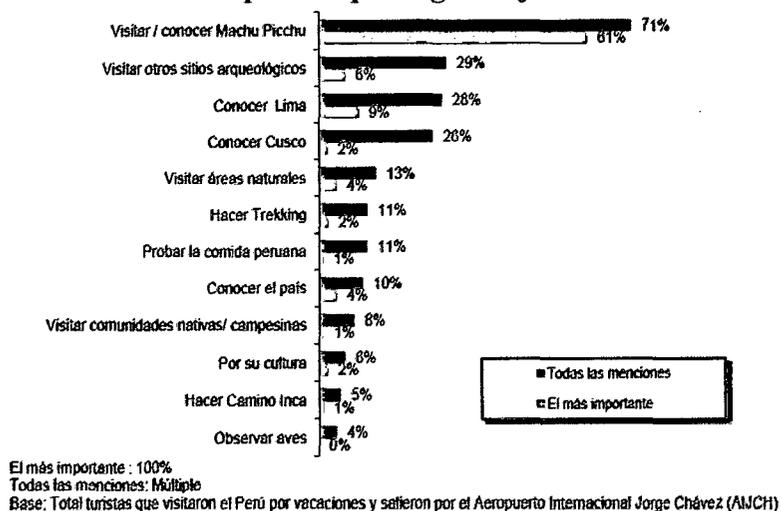
El turismo tiene un impacto del 7% del PBI del Perú y es el sector de mayor crecimiento del país. Es regulado y estimulado por la Comisión de Promoción del Perú (PromPerú) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

El turismo emplea al 11% de la población económicamente activa del Perú (484.000 empleos directos y 340.000 indirectos), la mayor parte en hostelería y en el transporte.

Como profesionales de turismo, nos llena de orgullo que nuestro país este sobresaliendo a nivel mundial, con la marca país. Lo cual demuestra que se está invirtiendo en turismo.

### 2.1.2.4 El Perfil del Turista Extranjero.

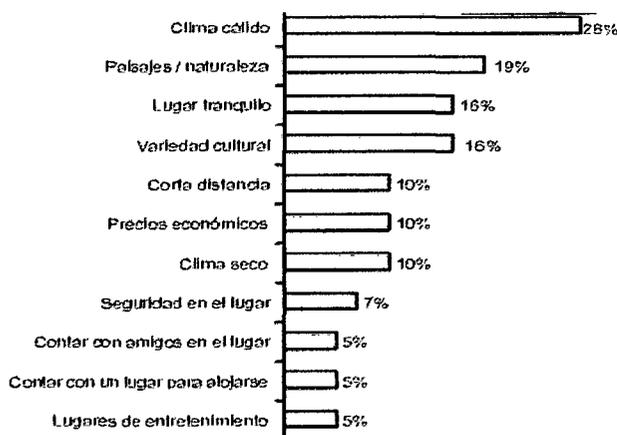
Gráfico N 01: Razones por las que eligió viajar al Perú.



Fuente: Perfil del turista extranjero 2010, elaborado por promPerú.

La gran mayoría de turistas extranjeros, planificó su viaje al Perú, con cuatro meses de anticipación como máximo, observándose que, de manera similar a lo ocurrido en años anteriores, los turistas que nos visitaron por negocios, fueron quienes tomaron un tiempo menor en la planificación de su viaje (menos de un mes: 60%); cabe resaltar que en el segmento de los que vinieron al Perú a visitar a familiares y amigos, el tiempo de planificación se incrementó con respecto al 2009 (menos de un mes: 2009: 42% vs. 2010: 30%).

**Gráfico 02: Que se toma en cuenta para elegir un destino turístico.**



Fuente: Dircetur – Amazonas, año 2008. DATOS 2011

El turista extranjero elige un destino turístico en segundo lugar por su Paisaje o Naturaleza con un 19%, lo cual es beneficioso para la implementación de un Albergue Turístico en la Provincia de Chachapoyas.

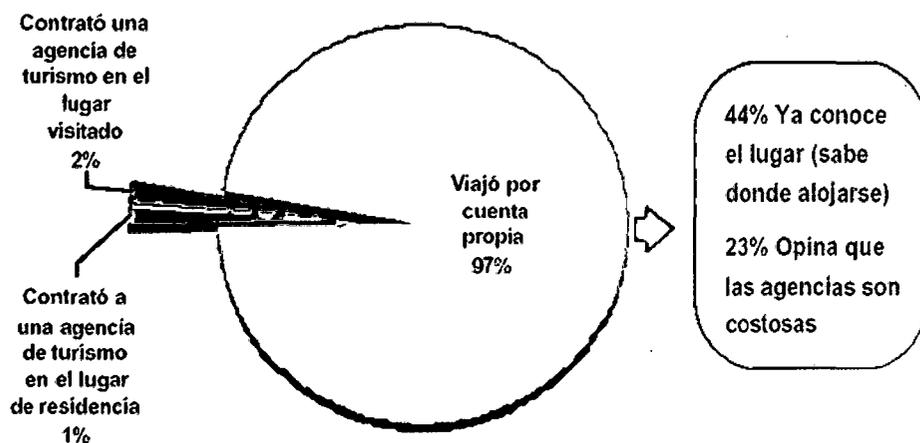
Gráfico 03: Qué factores motivan a viajar por recreación.



Fuente: Dircetur – Amazonas, año 2008.

De los múltiples motivos que tiene el turista extranjero para viajar, el principal es por Descansar o Relajarse un 65%, actividad que podrá realizar en un Albergue Turístico.

Gráfico 04: Modalidad de viaje.



Fuente: Dircetur – Amazonas, año 2008.

El turista extranjero en un 97% viajó por su propia cuenta, de los cuales 44% ya conoce el lugar donde alojarse; con una fuerte campaña publicitaria se promocionará el Albergue Turístico.

### **2.1.2.5 Principales atractivos turísticos de la región Amazonas.**

⇒ **La Fortaleza de Kuélap:** Construida en el siglo XVIII A.C. Está ubicada a 74 kilómetros de la ciudad de Chachapoyas, en la provincia de Luya. Es considerada uno de los mayores monumentos arqueológicos peruanos. Desde sus murallas de más de 20 metros de altura y a una altitud de 3.000 m.s.n.m., hasta sus callejones amurallados con la forma de embudos, hacen de esta fortaleza un lugar misterioso y curioso.

⇒ **Catarata de Gocta:** La catarata mide 771 metros de altura, se ubica en Chachapoyas - Amazonas 700 kilómetros al noreste de Lima, en la ceja de selva peruana, en otras palabras, en la parte selvática de la cordillera de Los Andes del Perú. La caída de agua no figura en ningún mapa y por su lejanía había llamado poco la atención.

⇒ **Laguna de Pomacochas:** Ubicado a 86 kilómetros de la ciudad de Chachapoyas, en la provincia de Bongará. Rodeada de totorales sus aguas presentan un color verde azulado debido a las corrientes subterráneas que la alimentan. Se pueden observar aves como garzas y el zambullidor.

⇒ **Laguna de los Cóndores:** Ubicado a 93 kilómetros de Chachapoyas. Se caracteriza por su belleza ecológica. El lugar es conocido también como Laguna de las Momias, debido a que se hallaron 280 momias en buen estado de conservación. Además de encontrarse alrededor de 3.000 objetos pertenecientes a la etapa pre-incaica.

⇒ **Mausoleos de Revash:** Se encuentra localizado a 70 km de la ciudad de Chachapoyas, y se puede llegar hasta un punto llamado San Bartolo en 2

horas y 30 minutos, luego caminando por un sendero de fácil acceso se llega a los mausoleos de Revash, donde se pueden apreciar las chullpas funerarias, decoradas con pinturas rupestres. Lo más impresionante es que han sido construidas en el cerro a 150 metros de altura.

➡ **Las Cavernas de Omia:** Para visitar la caverna de Omia se parte de la ciudad de Chachapoyas en colectivos hacia Mendoza que cuesta el pasaje un promedio de S/. 25.00 y demora un promedio de 3 horas; una vez que se está en Mendoza se toma otro colectivo (camionetas pick up), hacia Omia que esta aproximadamente a 30 minutos de Mendoza y se bajan antes de cruzar el puente de ingreso al poblado. Se tiene muchas formaciones recubiertas con minerales que le dan un brillo especial en tonos verdes y morados, acumulaciones de cuarzos, estalactitas partidas y pulidas naturalmente que parecen cuentas de una chaquira o dientes de personas; insectos como arañas, grillos, cucarachas y alacranes que habitan en las cavernas; entre otras cosas más que es necesario estar en el lugar para sentir lo especial del lugar, quedarse en un momento en silencio con las luces apagadas es una experiencia inolvidable y mágica, en pocas palabras tienen que visitarlo para que se queden maravillados.

### **2.1.3 PRESENTACIONES EFICACES.**

Para realizar Presentaciones Eficaces, primero definamos que es un “Presentación” y que es “Eficacia”.

#### **2.1.3.1 ¿Qué es una Presentación?**

- ➡ Una presentación es una manera poderosa de comunicar su mensaje a un grupo y de involucrarse en un dialogo bilateral.
- ➡ La presentación es el proceso mediante el cual dispone de contenido de un tema para una audiencia.

- ⇒ Es una herramienta muy útil para expresar ideas, transmitir información o dar a conocer un proyecto o producto, en forma clara y concisa, ante un grupo de personas.
- ⇒ Una presentación es una forma de ofrecer y mostrar información de datos y resultados de una investigación.
- ⇒ Es utilizado, generalmente, como apoyo para expresar los resultados de una investigación pues con la presentación se dispone de un contenido multimedia (es decir cualquier apoyo visual o auditivo) que de una referencia sobre el tema y ayude a explicar los datos obtenidos de una investigación.
- ⇒ La presentación es una combinación de texto e imágenes.
- ⇒ Es generalmente confundida con las presentaciones multimedia pues se ha generalizado que se identifican por tener generalmente una animación por ordenador, gráficos, vídeo, música y series de sonido que se organizan en un único entorno.
- ⇒ Por lo general, la presentación tiene un argumento y una estructura organizada para la percepción de la información conveniente.
  
- ⇒ Hoy en día la tecnología de la información permite crear una presentación con inserciones de audio y vídeo, hacer presentaciones dinámicas e interactivas.

### 2.1.3.2 Definiciones de “Eficaz”.

- ⇒ El término eficaz es un adjetivo utilizado para señalar la capacidad o habilidad de obtener los resultados esperados en determinada situación.
- ⇒ Capacidad para obrar o producir el efecto deseado: La eficacia sin eficiencia es inútil para nuestros fines. Sinónimos Exactitud, precisión, puntualidad, validez.

**2.1.3.3 Tipos de Presentaciones.**

- **Ventas:** Señala los beneficios y las características de un producto o servicios, da al público una razón para comprar.
- **Demostración de un producto:** Muestra cómo funciona un producto.
- **Persuasión:** Proporciona razones para apoyar una idea.
- **Informe de avance:** Detalla el avance de un proyecto, un grupo de trabajo o un programa de incentivos.
- **Plan o estrategia de negocio:** Bosqueja el próximo plan de una organización o articula las metas de una empresa.

También debe adaptar su presentación a los siguientes factores:

- Tamaño del público.
- Formalidad de la situación.
- Regularidad de la reunión.
- Hora del día y otros detalles.

**2.1.3.4 Cuadro N° 01: Estructura de la presentación.**

<b>Introducción</b>	<b>Nudo</b>	<b>Desenlace o Cierre</b>
<b>10 al 15 %</b>	<b>70 al 80%</b>	<b>10 al 15%</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación personal.</li> <li>• Título de la presentación.</li> <li>• Objetivo principal.</li> <li>• Aspectos generales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición ordenada por conceptos.</li> <li>• Gráficos, esquemas, imágenes,...</li> <li>• Intervenciones del público.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resumen de las ideas principales.</li> <li>• Rueda de preguntas.</li> <li>• Conclusiones.</li> </ul>

La introducción y el desenlace serán las partes que finalmente recuerde el público, es por ello que hay que cuidar especialmente estas partes.

**Intensidad y ritmo comunicativo:** Tener en cuenta las características personales del orador y el objetivo central del mensaje para adaptarlo al tipo de presentación que se va a llevar a cabo. A partir de ahí, hay que atender a cómo reaccionará el público, por si fuera necesario adoptar, en la medida de lo posible otro tono, ritmo y secuencia de la exposición, de manera que se mantenga la atención de la audiencia.

Desde el punto de vista del ritmo y la intensidad comunicativa, es recomendable empezar con una entrada impactante que capte la atención de público, para después desarrollar el mensaje con una intensidad media, imprimiendo mayor fuerza en los momentos clave en los que se presentan las ideas centrales, o se cuenta una anécdota para llamar la atención del público. Se trata de incluir algo que genere emociones en el público, volviendo enseguida a la intensidad media en la que se viene desarrollando el nudo central de la exposición.

Por último, el cierre o desenlace de la presentación volvería a tener una elevada intensidad, para lo cual es necesario preparar bien el cierre, de modo que resulte impactante.

Este tipo de estructura favorece que se recuerde tanto el principio como el final del discurso. A continuación se detalla cada fase.

### **Preparar la apertura:**

Los objetivos de la apertura son:

- ⇒ Captar la atención del público. Algunas fórmulas para conseguirlo son por ejemplo (dar alguna información, referirse a algún hecho reciente, hacer alguna pregunta curiosa, contar un anécdota, etc.).
- ⇒ Establecer el tono discursivo.
- ⇒ Crear un vínculo de buena voluntad.

⇒ Conducir al contenido.

**El nudo o desarrollo:** La estrategia para el desarrollo puede seguir cualquiera de las siguientes posibilidades.

⇒ Tesis, antítesis, síntesis.

⇒ Comparar el pasado, presente y futuro.

⇒ Preparar varios escenarios, uno pesimista, otro optimista y finalmente otro realista.

⇒ Seguir un esquema de dónde, cómo, cuándo y porqué.

⇒ Preparar un modelo de principal, adyacente, colateral.

⇒ Orientarlo por conveniente, necesario y urgente.

⇒ Enfocarlo desde el punto de vista técnico, económico y vital.

**Preparar el cierre:** El cierre de la presentación será la parte que mejor recuerde el público, por lo que es muy importante prepararlo tener claro cómo se finalizará y los objetivos que se desea resaltar. En función del impacto que se desee obtener, se puede utilizar distintos cierres:

⇒ Resumen de los puntos principales, haciendo hincapié en los puntos más importantes.

⇒ Contar una historia basada en una experiencia personal, narración o anécdota, para reforzar alguna idea de manera impactante.

⇒ El recurso de la acción (motivar al auditorio para actuar).

⇒ Buscar el impacto emocional.

Evite decir frases que den a entender que la presentación se acaba si es que no es así, por ejemplo: "para terminar", "como conclusión", ya que crea una expectativa que puede resultar negativa.

**Ruegos y preguntas:** Para pasar la fase de preguntas hay que escuchar atentamente, dejar terminar de hablar, no suponer lo que dice la otra persona y tratar entender muy bien lo que se pregunta.

Repetir la pregunta de otra manera para asegurarse que se ha entendido, elogiar a la persona que hace la pregunta, responder y comprobar el impacto en el público y sobre todo sobre la persona que ha hecho la pregunta.

**Elementos de soporte visual:** El espacio, los recursos, el mobiliario, número y ubicación de los asistentes, campo visual, iluminación, sonido, todo afecta y es necesario analizarlo antes de empezar, con el fin de diseñar la presentación en función de la disponibilidad de medios y características del entorno.

### **Herramientas visuales:**

- ⇒ Tienen un gran impacto en el público.
- ⇒ Eficaces para captar y mantener la atención.
- ⇒ Facilitan el aprendizaje.
- ⇒ Son medios de soporte y apoyo, por lo que hay que evitar centrar toda la atención de la audiencia con su uso y “quitar” protagonismo al ponente.
- ⇒ Claves sobre su uso:
  - Adaptar los apoyos visuales a la duración total de la presentación.
  - No dar la espalda al público.
  - Evitar la distracción de la audiencia cuando se lleva otro tipo de objetos complementarios (no mostrarlos hasta que llegue momento).

Una de las claves del éxito estará en exponer la información de la manera más sencilla y atractiva.

### **2.1.3.5 ¿Qué es una Presentación Eficaz?**

Conocedores ya de los términos a utilizar, podemos concretar que una Presentación Eficaz es:

*“Persuadir a los asistentes para que tomen una determinada decisión. Captando todo el empeño y atención posible”.*

**2.1.3.6 ¿Cómo hacer presentaciones eficaces?**

La comunicación es una de las variables clave del Marketing, quizás la de mayor importancia. Por eso es indispensable realizar presentaciones de nuestros productos, del emprendimiento y de propuestas para lograr captar la atención y el interés de nuestro interlocutor o audiencia.

**2.1.3.7 Cuadro N° 02: Utilizar los medios apropiados.**

Medio	Ventajas	Desventajas
<b>Transparencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flexibles.</li> <li>• Fáciles de crear.</li> <li>• Permiten luz en la sala para mantener el contacto visual.</li> <li>• Adecuadas tanto para situaciones formales como informales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puede ser incomodo poner y sacar las transparencias.</li> <li>• Tecnología antigua.</li> </ul>
<b>Diapositivas digitales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fáciles de crear, actualizar y transportar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No siempre se proyecta con claridad.</li> <li>• La tecnología puede fallar; debe tener un conjunto de transparencias de respaldo.</li> </ul>

<p><b>Papelógrafo</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flexibles.</li> <li>• Fáciles de crear.</li> <li>• Estimulan la interacción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No son eficaces para grupos grandes.</li> <li>• Dificiles de transportar.</li> </ul>
<p><b>Material impreso para entregar</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Útiles para presentaciones breves e informales.</li> <li>• Proporciona espacios para tomar apuntes y puede conservarse para consultas posteriores.</li> <li>• Puede contener antecedentes complementarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puede convertirse en el punto focal de la audiencia, desviando su atención de la presentación.</li> </ul>

#### 2.1.4 LOS SECRETOS DE UN BUEN ORADOR.

Hasta aquí preparar una presentación no parece difícil. Lo complicado, muchas veces, es enfrentarse al auditorio: vencer el miedo escénico. Para conseguirlo hay que ser consciente de que el público no espera que seamos perfectos. Es exigente, pero por lo general bastante comprensivo.

Si sobre el papel hemos resuelto bien la presentación, a la hora de pasar a la acción lo haremos sin problemas si previamente preparamos las técnicas de comunicación verbal y no verbal, por ejemplo:

- ◆ Estableciendo contacto visual con el auditorio: mirando a los ojos a alguna de las personas del público, pero cambiando de individuo de vez en cuando y de un lado a otro de la sala para que nadie se sienta ignorado.

⇒ Gesticulando para acompañar las explicaciones con expresiones, pero sin exagerar.

⇒ Marcando el ritmo del discurso: Haciendo hincapié con los gestos, el tono de voz, los silencios, etc., en aquellas ideas clave que nos gustaría que el público recordara.

⇒ Hablando con seguridad, con voz fuerte y clara, sin titubeos ni rodeos.

### **2.1.5 ERRORES A EVITAR.**

No hay nada peor para el público que un ponente pesado, que hable mucho sin decir nada o que se exprese tan mal que nadie logre entenderle. Un buen orador debe enfocar su discurso de acuerdo con las necesidades de su audiencia y evitar errores como:

⇒ Hablar en voz baja y no vocalizar bien.

⇒ Leer la presentación: El público espera del ponente que le proporcione mucho más de lo que aparece en la documentación escrita.

⇒ Extenderse excesivamente.

⇒ Llevar el tema poco preparado.

⇒ Acabar súbitamente la conferencia sin ofrecer conclusiones: El público pensará que “falta algo”.

⇒ Abusar del PowerPoint: Es muy útil, pero no debe cobrar más protagonismo que el ponente.

⇒ Evitar el turno de preguntas. Según qué público valorará mucho que el conferenciante responda a sus preguntas y escuche casos personales. Eso aumenta notablemente su satisfacción.

⇒ Aunque el tema no cambie, hay que adaptar el discurso a las características de la audiencia, en lugar de pronunciar siempre la misma conferencia.

### **2.1.6 PRESENTACIONES ONLINE COLABORATIVAS.**

Prezi es un servicio que permite realizar presentaciones dinámicas completamente online, y que además ahora presenta una nueva característica que hace posible que en la presentación colaboren hasta 10 personas simultáneamente.

El funcionamiento es sencillísimo. A través de una URL especial, los colaboradores podrán unirse a la presentación donde serán representados por un avatar único que les identificará y que se irá moviendo a las zonas que estén siendo editadas por dicho usuario de tal forma que el resto de participantes pueda ver en tiempo real los cambios que se están produciendo.

Puedes ver el vídeo que acompaña esta entrada para apreciar en primera persona el funcionamiento de esta nueva característica que han tenido a bien bautizar como Meeting. Sin duda una herramienta muy útil que permite generar vistosas y dinámicas presentaciones que harán las delicias del personal. Disponible en: <http://gt.globedia.com/prezi-presentaciones-online-colaborativas>.

### **2.1.7 PRESENTACIONES EFICACES Y VENDEDORAS DE ALTO IMPACTO.**

"Domine el arte de Hablar en Público en tan solo 90 minutos"

Nuevamente para presentarle uno de los recursos más interesantes que dispondrá para alcanzar el ÉXITO, en cada uno de los aspectos de los negocios, de su vida personal o profesional.

¿Le gustaría descubrir cómo lograr que los demás le escuchen sus ideas con admiración?

¿Qué le parecería, conseguir que su público, le escuchara casi hipnotizado por sus palabras?

¿Quiere aprender a entusiasmar a sus clientes, a sus alumnos, a los asistentes a su conferencia?

Ahora usted también puede convertirse en un motivador y elocuente orador, que convence y entusiasma con sus palabras, con su voz.

Si ya sé, usted estará pensando en estos momentos. ¿Para que necesito yo dominar estas técnicas? Pensará que esto no es para usted, porque usted no es un conferencista profesional.

Déjeme decirle que aunque usted no se dedique a dar conferencias profesionalmente, cualquier persona que está involucrada en el mundo empresarial, en los negocios, en la docencia o en la vida pública, muy frecuentemente tiene que hacer presentaciones, discursos o en otro caso, necesita, poder convencer eficazmente. Además siempre de una manera u otra nos comunicamos.

Disponible en:

<http://ganardineroonline.com/go.php?offer=sabbyte21&pid=4>

## **2.2. ANTECEDENTES.**

### **2.2.1. A Nivel Internacional.**

⇒ En ESTADOS UNIDOS, para realizar presentaciones existen formatos diseñados, lo cual facilita la elaboración de estas. Según Donna Woods y Richard Alan Smith del Equipo Administrativo - Houston Independent School District Charnelton, Estados Unidos, en el artículo “Seis Pasos para Lograr una Presentación Fantástica”, Se ha preguntado usted porqué algunas presentaciones logran captar su atención durante horas, mientras que otras pierden su atractivo en cuestión de minutos, los miembros del equipo administrativo de la División de Tecnología de la Instrucción del Distrito Escolar Independiente de Houston y colaboradores en Leading and Learning with Technology (ISTE), después de varios años de realizar presentaciones, han desarrollado una serie de pautas que permitirán que cualquiera pueda mantener la atención de la audiencia.

MANTENER TODAS LAS MIRADAS AL FRENTE Y AL CENTRO. Aquí está usted, frente a una audiencia llena de expectativas cuyos integrantes pueden o estar pendientes de cada una de sus palabras o empezar a mirar sus relojes y a tamborilear con sus dedos. De hecho, Usted es el único que puede decidir que el tema los captive, o que comiencen a moverse y a reflejar su inquietud con aburrimiento e indiferencia. Pero ¿cómo lograr que elijan la primera opción? A continuación ofrecemos unas pautas que confiamos le van a ayudar.

### **Empiece por el Principio.**

Domine lo que quiere decir. No dé rodeos mientras su audiencia espera que llegue al punto central. Mucho antes de salir al escenario, decida qué quiere decir y luego haga un esquema de su presentación de principio a fin. Usted debe tener acceso a un computador, después de todo Usted está en la vanguardia. Además, debe tener acceso a software para presentaciones y a un dispositivo de proyección.

Por lo tanto tenga en cuenta en que forma el esquema de su presentación va a llegar a la pantalla gigante, o por lo menos a la pantalla que va a usar usted en su presentación.

### **Sea Informativo, No Abrumador.**

Esté absolutamente seguro que va a proporcionar información útil para su audiencia, y no solo lo que usted crea que ella debe recibir de acuerdo con sus conocimientos y experiencia, en su área específica. Lo que usted quiere es que la audiencia sienta que debe saber, que debe aprender de la información que usted les va a suministrar. Al crear su esquema, plantee rápida y directamente los puntos principales; luego, respáldelos con investigaciones relevantes, observaciones convincentes y cualquier otro

tipo de evidencia que fortalezca el tema de su presentación. "Vamos hacia allá". Fije un derrotero para que su audiencia sepa lo que puede esperar.

### **Prepare una Visión General de la Presentación.**

Organice la presentación de las diapositivas que realmente va a presentar. Esta servirá a su audiencia como mapa y guía durante su presentación. Cada diapositiva debe tener solamente el texto y las gráficas suficientes para que sirvan de apoyo no para dominar su presentación oral.

Hemos encontrado también que el uso mínimo de gráficas y animaciones es lo aconsejable. No solo implica menos trabajo para usted, sino que además permite que la audiencia se concentre mejor en lo que usted dice, en lugar de distraerse con los efectos especiales.

Un texto estándar y muy efectivo se realiza haciendo una combinación de un tipo de letra como "Arial" para los títulos con "Arial Narrow" para el texto [1]. Esta composición es sencilla pero elegante, sobre todo cuando se usa con un formato y diseño consistentes. Usted debe recordar que los elementos gráficos deben complementar, no desvirtuar el contenido de la presentación.

Use páginas de menú que sean concisas, con tan poco texto como sea posible para cada diapositiva. Esto permite un tipo de letra más grande y fácil de leer. Revise usted mismo la legibilidad de los textos desde la parte más alejada del salón donde hará su presentación. Seguramente usted no querrá escuchar que alguien dice que su diapositiva parece la página de una enciclopedia reducida al tamaño de una estampilla de correo.

Los programas de presentación hoy en día permiten fácilmente utilizar efectos especiales tales como letras que titilan y figuras que bailan. La tentación de usarlas puede ser enorme. Resístala, excepto cuando un efecto especial fortalezca un punto específico. Usted no quiere que las gráficas generen distracción.

Para poner fondo, considere gradientes de color que vayan de oscuro a claro empezando por ejemplo desde el lado izquierdo de la diapositiva. El efecto es inherentemente agradable al ojo. Sin embargo, sea cuidadoso cuando elija el color. Estas son algunas razones para tener en cuenta:

Aproximadamente el 15% de los hombres sufren de daltonismo (no distinguen las combinaciones verde rojo), por lo tanto se debe evitar esa combinación específica.

El amarillo es un fondo agradable que funciona en todos los contextos.

Evite usar el violeta si está tratando un punto serio (la información financiera se presenta en negro ya que este color denota estabilidad).

### **Prepárese para su Presentación como si Usted Fuera un Actor.**

Mientras mejor domine sus nervios, más efectiva será su presentación. La mejor manera de lograrlo es ensayando. Imagine que usted es un actor que va a realizar una representación.

Para hacerla no es suficiente leer las diapositivas tal como aparecen en la pantalla. Y a no ser que usted sea excepcionalmente locuaz y tenga mucha práctica en el arte de hablar en público, no trate de improvisar en la presentación.

¿Qué significa esto? Decida que complementará mejor la información que está mostrando en sus diapositivas. Ensaye usted solo la presentación completa varias veces, y luego ensáyela frente a sus colegas o amigos. Pídales que critiquen su actuación y que hagan sugerencias de cómo mejorarla.

Recuerde hablar con claridad, vocalizando bien y hacerlo a una velocidad moderada. Cronometre su presentación durante los ensayos de manera que se ajuste al tiempo que tiene asignado. Puede descubrir que debe recortar su presentación para que se acomode al tiempo concedido, o que debe agregar información si le sobra tiempo.

Una presentación bien cronometrada debe permitir un tiempo para preguntas, la audiencia casi siempre aprecia esto.

Recuerde llegar lo suficientemente temprano a la presentación como para poder asegurarse de que todo está funcionando bien. Revise el volumen de cualquier sistema de sonido que planea utilizar.

### **Párese y Haga Su Presentación de Manera Clara y Comprensible.**

Ahora que comenzó, recuerde hablar con su volumen de voz normal y dejar que el sistema de sonido haga su trabajo. Gritar por un micrófono no va a sumarle puntos con la audiencia, especialmente si el volumen está demasiado alto.

Libere su presentación de muletillas tales como "bueno", "usted sabe", "entonces" y "mm mm". Algunos presentadores utilizan "bueno" en forma monótona después de casi cualquier idea, parecen preguntar a la audiencia permanentemente si entendió lo que se está diciendo.

Este tipo de "ruido" desgasta los nervios de la audiencia y la distrae del punto que está usted tratando de comunicar.

### **Tenga un Plan de Respaldo.**

Asegúrese de saber qué hacer si suceden fallas técnicas. Por ejemplo, no olvide traer copias de su presentación en un disco (CD-Rom) por si el computador falla. Una copia en CD-Rom le dará la opción de sustituir un computador dañado por otro. También es conveniente dejar una copia de la presentación en un sitio Web, así tendrá otra fuente desde la que pueda presentar sus diapositivas. Otra sugerencia es traer un vídeo de la presentación que esté cronometrado para coincidir con el tiempo disponible para cada diapositiva. No debe faltar por supuesto, una impresión en papel de las diapositivas para fotocopiarla y repartirla entre los asistentes en caso de que falle todo lo demás.

Haga una copia en transparencias en base a las diapositivas de su presentación. De esta manera podrá usar un retroproyector para la presentación (normalmente estos se encuentran disponibles en los centros de conferencias).

Si el centro de conferencias tiene sistema de proyección para videos o monitores, grabe con anticipación su presentación, en una videocinta. Finalmente, haga conciencia de su postura. Por ejemplo, sus manos no deben colgar flácidamente a los costados. Úselas para gesticular de manera natural, y solamente sea enérgico cuando sea necesario. Evite señalar de manera excesiva, bien sea hacia las diapositivas o a su audiencia. Mantenga sus manos a la vista, no en su espalda y nunca en los bolsillos. Recuerde dar la cara a su audiencia, no le dé la espalda a no ser que tenga una muy buena razón para ello. Si necesita ajustar el sistema para hacer su presentación, hágalo solamente si es indispensable y mirando al público. Si necesita moverse durante su presentación, hágalo con un motivo.

Cualquiera de nosotros puede realizar una presentación fantástica. Una presentación excelente construida sobre preparación y práctica y presentada con confianza, pondrá a la audiencia siempre de su lado. Disponible en: Equipo Administrativo - Houston Independent School District Charnelton, Estados Unidos / Donna Woods y Richard Alan Smith / <http://www.eduteka.org/profeinvitad.php3?ProfInvID=0012>).

Richard E. Mayer, profesor de Psicología de la Universidad de California, plasmó en su libro *Multimedia learning* las conclusiones de numerosos estudios relacionados con el aprendizaje multimedia. Estas conclusiones son de gran utilidad si usas PowerPoint o programas similares y deseas que la audiencia recuerde y entienda mejor tu mensaje.

Mayer expone en su obra doce principios del diseño multimedia. El noveno de ellos es el: **Principio multimedia**, aprendemos mejor con palabras e imágenes en vez de sólo con palabras.

Lo primero que hay que matizar es que *Mayer* con el término imagen hace referencia a cualquier forma de representación gráfica, estática o dinámica, incluyendo fotografías, gráficos, ilustraciones, vídeo o animación. También hay que añadir que este principio tiene mayor aplicación cuando los receptores no tienen muchos conocimientos sobre la materia a mostrar.

Este principio contrasta con el hecho de que utilizar sólo palabras es una forma muy extendida de presentar información. Ello es debido probablemente a que los mensajes verbales son más fáciles de crear. En una presentación con PowerPoint, es mucho más sencillo empezar a escribir párrafos y párrafos de texto que pensar como complementar visualmente nuestro discurso hablado. En una sesión de formación es más fácil para el presentador hablar y hablar que dibujar o mostrar esquemas, ilustraciones o vídeos relevantes.

Al usar imágenes, los receptores pueden representar el material mostrado de una forma más intuitiva y cercana. Una presentación multimedia permite a los receptores mantener tanto la parte verbal como la parte visual en la memoria de trabajo al mismo tiempo, incrementando las posibilidades de que puedan construir conexiones mentales entre ellas.

Es importante destacar que no todos los complementos visuales son iguales. *Mayer* enumera cuatro categorías en las que puede estar una cierta imagen:

- **Decorativa:** Ilustraciones para captar el interés o entretener al receptor pero que no realzan el mensaje verbal. Ejemplo: una foto de un globo aerostático en una lección sobre la atmósfera.

- **Figurativa:** Ilustraciones que representan un solo elemento como puede ser una foto de una estación espacial con el titular “*La estación espacial Mir*”.
- **Organizativa:** Ilustraciones que describen relaciones entre elementos, como un mapa o un diagrama con las partes principales del sistema respiratorio.
- **Explicativa:** Ilustraciones que explican cómo funciona un sistema, como las imágenes que muestran el funcionamiento de una bomba de aire (al tomar y expulsar aire).

*Mayer* descubrió que la gran mayoría de imágenes no tenían un propósito instructivo importante: el 23% eran decorativas y el 62% figurativas. Sólo una pequeña parte servían para mejorar el mensaje instructivo: 5% organizativas y 10% explicativas; muchos de los autores de libros de texto que añaden tanta imagen sin propósito instructivo, no aprovechan todo el potencial visual para facilitar la comprensión de los conceptos a transmitir.

En el caso de las presentaciones con PowerPoint, deberíamos también tener esto en cuenta y no sólo poner fotografías bonitas de personas sonriendo sino también añadir imágenes, animaciones, vídeos o diagramas que tengan carácter instructivo.

⇒ En JAPÓN: Guy Kawasaki es el cofundador de Alltop.com , un "puesto de revistas en línea" de temas populares en la web, y un socio fundador de Garage Technology Ventures. Anteriormente, fue el evangelista jefe de Apple. Kawasaki es el autor de diez libros incluyendo encantamiento, Reality Check, El arte del inicio, las Reglas para revolucionarios, ¿Cómo conducir su competencia Loco?, La venta del sueño, y El Camino de Macintosh. Kawasaki tiene un BA de la

Universidad de Stanford y MBA por el UCLA, así como un doctorado honorario de Babson College.

Guy aporta al tema de presentaciones.

### **El contexto es importante.**

Sin embargo, en cuanto a diseño se refiere, es útil no pensar (juez) en términos de "bien o mal", sino más bien en términos de lo que es "apropiado o inapropiado." Es decir, ¿es apropiado o inapropiado para un contexto particular? "bueno" y "malo" son en realidad términos que usamos cuando hablamos de diseño, incluyendo diapositivas de PowerPoint pero yo soy personalmente cuidadoso con este pensamiento dualista, sobre todo cuando se juzga un diseño sin su contexto completo disponible.

Así que mucho depende de cómo lo visual se coloca en el contexto de la presentación y el contenido y los objetivos de esa presentación en particular son de interés primordial.

Sin un buen conocimiento del lugar y circunstancia, y el contenido y el contexto de una presentación, es imposible decir que esto es "apropiado" y que es "inapropiado".

### **Simple pero no simplista.**

Si hay un valor importante precepto siguiente, es la idea de la simplicidad. Las mejores imágenes son a menudo los diseñados con un ojo hacia la simplicidad. Sin embargo, esto no dice nada sobre los detalles de una presentación visual. Eso dependerá del contenido y el contexto. Por ejemplo, incluso los mejores efectos visuales utilizados en apoyo de una presentación para una audiencia, la mecánica cuántica, puede parecer complicado y confuso para un público diferente.

La simplicidad es a menudo utilizada como un medio para una mayor claridad. Sin embargo, la simplicidad también puede ser vista como una consecuencia. Una de las consecuencias, es decir, de nuestros esfuerzos cuidadosos para crear una historia y crear efectos visuales de apoyo que se centran en las necesidades de nuestra audiencia de una manera clara y significativa. Ok, la simplicidad es grande que usted dice, pero lo simple!

En Vida Zen , el autor Robert Linsen (al hablar sobre la simplificación de las necesidades en la vida cotidiana) dice que una "simplificación de la existencia" es una consecuencia de una "experiencia efectiva del Zen". En otras palabras, como se descubre su verdadera naturaleza, las "necesidades", tales como posesiones o el estado se reducen o se ve como lo que son: superfluo. Esto plantea entonces la pregunta: "¿Cuáles son las necesidades mínimas o máximas para un individuo?" A esto el autor responde:

*"Nadie puede definir o establecer un sistema que les rodea. Ahí es donde debemos ejercer nuestro juicio.... El uso depende de cada uno de nosotros en el lugar y las circunstancias.*

*Si fuéramos a codificar las leyes relativas a lo que podría pronto se convierten en una esclavitud para nosotros".*

Aquí el autor no es necesariamente hablar de efectos visuales de diseño y presentación, por supuesto, pero podemos ver cómo podemos aplicar los principios del Zen en la vida diaria, incluyendo el diseño, incluso el diseño de las diapositivas y otros elementos visuales. La simplicidad es un importante principio de diseño. Pero la simplicidad en el diseño es tanto un arte (pequeño "a") como ciencia. Es, por tanto, muy difícil de ofrecer recetas o "reglas" para el diseño apropiado.

Sin pleno conocimiento del contexto y las circunstancias, esas normas podrían convertirse en "una esclavitud muy bien", por así decirlo, lo que las opciones de diseño inadecuado o recomendaciones.

### Visual cambio de imagen.

A continuación algunas diapositivas mostrando diferentes tratamientos visuales en apoyo de un solo mensaje. El contexto es una presentación sobre el trabajo y las cuestiones de género en Japón. El objeto de la diapositiva es apoyar visualmente la afirmación de que "el 72% de los trabajadores a tiempo parcial en Japón son mujeres". Esta estadística es de los japoneses Ministerio de Trabajo. La cifra "72%" es algo que el presentador dijo que quería que el público recuerde como se discute de nuevo como la presentación progresa. Entonces, ¿Cómo diseñar una diapositiva que es sutil, sencillo, fácil de recordar, y cabe en un tema que es interesante y atractivo?

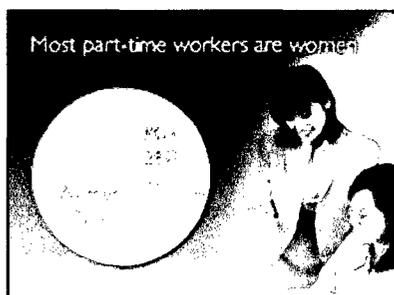


**Antes:** Arriba (izquierda) es la diapositiva original. El problema con la tapa de la izquierda es que el clip-art utilizadas no reforzar la estadística, ni siquiera se ajusten al tema de la mujer en el mercado laboral japonés. El fondo es una plantilla cansada, exceso de PowerPoint. El texto es difícil de leer. Y como un estudiante comentó: "es feo".

La diapositiva a la derecha (arriba) fue un esfuerzo por mostrar la misma información en un gráfico circular. Además de utilizar una plantilla de exceso, la muestra visual de la gráfica de pastel de una forma distorsionada y poco elegante. En aras de la claridad, por lo general es mejor evitar los efectos 3D. Además, en lugar de dar la diapositiva de un título, una sentencia declarativa que indica el punto directamente, podrán ser más apropiados.



**Después:** Todas las diapositivas se han rediseñado para que coincida con el tema sobre el. La diapositiva de la izquierda fue el utilizado para las presentaciones. Pero el de la derecha también se podría utilizar con eficacia. Tenga en cuenta que cualquiera de diapositivas (en especial la diapositiva sin ningún tipo de texto) sería prácticamente de sentido sin la narración del presentador. El folleto que siguió a la presentación ampliada sobre la importancia de la estadística y se lo dio contexto. El folleto de cinco páginas demostrado ser una buena referencia para aquellos que asistieron a la presentación y para los que no lo hicieron.



El uso de un gráfico circular es también una buena manera de representar esta simple estadística. Aquí (a la izquierda) el texto grande en la parte superior se puede ver fácilmente. El texto se lee más como un titular una sentencia declarativa y no sólo un título o categoría. La diapositiva de la derecha es otra manera posible para apoyar el mensaje. En este caso un modelo completamente diferente fue utilizado.

### **En caso de que el diseño de las diapositivas para parecerse a esto.**

Las opciones de diseño son muchas. Los ejemplos anteriores son sólo unos pocos intentos de mejorar el look & feel, el impacto y la eficacia de las diapositivas originales. En caso de que el diseño de las diapositivas para parecerse a esto? Esa es su decisión y depende de sus circunstancias específicas. Además, este ejemplo en particular no se refiere a una presentación técnica. Si la presentación es sobre un tema menos técnico, tales como liderazgo, gestión de recursos humanos, marketing, etc., entonces diapositivas simples como estos pueden ser muy eficaces. Si le está dando una presentación muy técnica a un público hambriento de datos técnicos, a continuación, las diapositivas pueden ser muy diferentes. Pero incluso para una presentación muy técnica, que abarca la simplicidad del diseño y búsqueda de la mayor claridad posible todavía debe ser el objetivo. ¿Cómo se hace eso dependerá de muchas cosas?

⇒ **En ESPAÑA:** El Instituto Europeo de Posgrado, ofrece su MBA Internacional en la modalidad virtual y Masters online con titulación conjunta de la Escuela de Negocios de la Universidad San Pablo CEU.

La Universidad San Pablo CEU cuenta con más de 75 años de experiencia en el ámbito de la enseñanza universitaria, forma parte del principal grupo educativo privado español y es una de las instituciones de mayor prestigio y tradición académica en Europa.

Según el más reciente Ranking de Universidades españolas (en el Mundo), la Universidad San Pablo CEU es una de las tres primeras Universidades privadas de España.

### **Cómo hacer presentaciones eficaces.**

Cualquier persona a quien se plantee el reto de hacer una presentación puede lograrlo con éxito si se ciñe a unas determinadas normas y aplica las técnicas adecuadas.

Lo primero que deberá preocuparle es la audiencia. Para conocerla, nada mejor que preguntarse:

- Qué perfil tiene: edad, sexo, nivel social y cultural...
- Qué espera de la presentación: entretenerse un rato, obtener datos precisos, que las explicaciones le sirvan para solucionar un problema en su empresa, etc.
- Qué conocimiento tiene del tema: no sabe nada, es un experto en la materia, tiene una vaga referencia...

Todo esto ayudará a definir el objetivo de la presentación: qué voy a explicar, en qué me voy a centrar y con qué finalidad. Partiendo de estas premisas, lo siguiente es preparar la estructura de la presentación, que debería seguir el siguiente planteamiento:

- Introducción, en la que se destacarán los objetivos y puntos clave de la presentación.
- Desarrollo de cada uno de los puntos.
- Cierre con las conclusiones que responden a las preguntas o dudas iniciales.

El paso siguiente es preparar el discurso anotando los temas a tratar, haciendo un guión con lo que vamos a decir, preparando una documentación completa para entregar a los participantes, disponiendo el

material de apoyo (PowerPoint, transparencias, etc.) y ensayando la presentación.

Todo esto puede llevarnos desde unas horas hasta varios meses, según la complejidad del tema y el tiempo que se nos haya concedido para hacer la presentación. En intervenciones muy cortas sólo dispondremos de diez o quince minutos, en las más largas se puede llegar a dos horas, pero lo habitual son de treinta a cuarenta y cinco minutos.

Disponible en:

[http://www.laboris.net/static/ca\\_habilidades\\_presentaciones.aspx](http://www.laboris.net/static/ca_habilidades_presentaciones.aspx)

### **2.2.2. A Nivel de Sudamérica.**

⇒ En ARGENTINA: Grandes personalidades e instituciones le han brindado relevante importancia a este tema de las “Presentaciones Eficaces”, llamadas en este país “Presentaciones Efectivas”. Por ejemplo, la empresa ECOP - Estrategias en Comunicación Organizacional y Personal, es una institución dedicada a la formación de conferencistas y líderes, que con sus palabras cambian la ideología y aportan al conocimiento del mundo. Ellos se enfocan en cómo debe ser la comunicación para obtener como resultado una Presentación Efectiva.

ECOP Estrategias en Comunicación Organizacional y Personal es una empresa integrada por un grupo de profesionales abocados a la capacitación en el área comunicacional destinada a empresas, instituciones, profesionales y público en general.

Como profesionales de los medios, locutores nacionales, licenciados en comunicación audiovisual, educadores universitarios, nos encontramos sólidamente preparados para instruir en las técnicas de la comunicación y de las relaciones interpersonales.

Actualmente no sólo se debe poseer capacidad de adecuación y flexibilidad frente a la sociedad sino también conocimientos e información adecuados para obtener eficacia en lo profesional, social y laboral.

Asimismo, las relaciones interpersonales condicionan en exceso la vida de las personas, pues la manera de encararlas tiene un gran protagonismo en el ascenso laboral, el cierre de una venta, la aprobación de un examen, la entrevista laboral, la vida privada, etc.

Es por ello que es necesario poner en práctica procesos que innoven y potencien tanto la valorización de las Relaciones Humanas como el aprendizaje continuo, constituidos en elementos estratégicos indispensables.

### Objetivos:

- Optimizar la presentación de los proyectos de manera que sus interlocutores puedan interpretar los mismos con eficacia.
- Tomar conciencia de la necesidad de un feedback en la Comunicación.
- Desarrollar las herramientas tácticas de la Oratoria.

### Contenidos:

- Planificación y organización del Discurso: Inicio, Desarrollo y Cierre.
- Objetivos claros.
- La Jerarquización en el mensaje.
- El Presentador como un comunicador.
- Comprensión y manejo de la expresión oral.
- La Claridad y la Creatividad.
- La Comunicación Eficaz.
- La Comunicación no verbal.
- El Miedo Escénico.
- Manejo de los tiempos.
- Asesoramiento de Imagen Personal.

- Conocimiento del Auditorio.

### Herramientas de la Locución:

- ✓ La respiración costo-diafragmática.
- ✓ Técnicas de relajación.
- ✓ Emisión vocal libre de tensiones.
- ✓ Impostación y proyección vocal.
- ✓ Articulación y dicción.
- ✓ La modulación de la voz.
- ✓ Detección de vicios y su corrección.
- ✓ Respeto por las pausas y/o signos de puntuación.
- ✓ Acentuación correcta.
- ✓ El micrófono.
- ✓ Posturas.
- ✓ La naturalidad.
- ✓ Concentración.

### Metodología:

Se realizarán filmaciones de cada una de las prácticas realizadas. Luego se analizarán en grupo cada participación.

Cada asistente deberá asistir con un modelo de presentación preparado para detectar fortalezas y debilidades. De esta manera, se podrán construir instancias personalizadas de mejoras.

Se entregan certificados de asistencia personalizados.

La cantidad máxima de asistentes, días y horas destinadas, se establecerán por consenso entre la empresa y el Instituto ECOP®.

### Dirigido a:

- Capacitadores, Docentes, Empresarios, profesionales, vendedores y a quienes deban realizar presentaciones orales de productos, servicios y proyectos.
- Estudiantes de carreras terciarias o universitarias que requieran la comprensión y la habilidad sobre la comunicación verbal y no verbal.

- Toda persona que deba confrontar en contextos laborales, sociales y particulares.

El mejor "valor agregado", que se puede brindar en estas capacitaciones, es contar con el asesoramiento a cargo de docentes especialistas en Comunicación junto con Coaching especialistas en Locución y Oratoria, que a su vez son Locutores Nacionales egresados del ISER y Licenciados en Comunicación Audiovisual, además de Profesores Universitarios.

Modalidad: In Company, Salones u Hoteles de la zona céntrica de la Ciudad de Buenos Aires o de la provincia de Buenos Aires, que cuenten con el espacio físico apropiado y la tecnología necesaria para llevar a cabo un Curso de la calidad que se proyecta (Fuente: <http://www.ecop.com.ar/capacitacion-para-empresas.html>).

Cristian Hernán Perelló; es Técnico Electrónico (Año 1992), E.N.E.T. nro. 2 "Ing. y Dr. Manuel B. Bahía", Analista Universitario de Sistemas (Año 2001) Universidad Tecnológica Nacional - Facultad Regional Rosario y Profesor Universitario en Computación (Año 2007) Universidad del Centro Educativo Latinoamericano.

Él también aporta a como se deben realizar presentaciones efectivas.

Crear presentaciones impactantes no es nada fácil hoy en día, cuando la sociedad es bombardeada constantemente con información de todo tipo.

La cultura occidental se está moviendo rápidamente desde la información escrita y verbal hacia el dominio de la imagen y la comunicación visual.

Los números y las letras continúan y continuarán siendo el principal medio para expresar y registrar información, pero su absoluto dominio está cediendo el paso al avance de la información visual.

En los documentos impresos, el lenguaje ha sido el elemento principal y los factores visuales se han considerado como secundarios o de soporte.

Actualmente, en los medios de comunicación prima lo visual y lo verbal simplemente complementa. Nuestra cultura verbal se ha movido hacia lo icónico al punto que la mayoría de lo que sabemos y aprendemos, lo que compramos y en lo que creemos, lo que reconocemos y deseamos, está determinado por la imagen fotográfica que hace eco en la psiquis humana.

Es urgente que los estudiantes desarrollen sus capacidades para trabajar adecuadamente con entornos visuales como la multimedia y que reconozcan cuando un dato debe presentarse en forma visual y cuando en forma descriptiva con palabras y números.

Presentamos a continuación una serie de ideas propuestas por expertos en el tema para que sirvan como guía a los estudiantes en la realización de presentaciones efectivas.

### **IDEAS.**

Profundidad en la investigación:

- Se debe asegurar que la proporción de tiempo dedicada por los estudiantes a la investigación y el desarrollo de ideas sea mayor que el tiempo dedicado a preparar las diapositivas.
- Para la mayoría de los temas, la investigación y reflexión deberían comprender alrededor del 80% o más del tiempo total del proyecto. Investigación=80%, Presentación=20%.
- Estas expectativas se deben tener en cuenta desde el inicio del proyecto y para formalizarlas se solicita a cada estudiante que lleve un registro del tiempo dedicado a cada actividad.
- También desde el inicio del proyecto debe dejarse claro que las nuevas tecnologías son deslumbrantes y pueden añadirle gran valor a una presentación.

Pero los estudiantes no deben dejarse seducir por ellas ya que la audiencia lo que desea es escuchar algo realmente nuevo, producto de una excelente investigación.

- La presentación realizada con un software como PowerPoint es el compendio visual de los descubrimientos que apoyan la presentación oral. Lo ideal es que la presentación se acompañe de un ensayo o argumento cuidadosamente construido, desarrollado en un procesador de palabras, que plantee las ideas principales y las trate con profundidad.

Aportar información (datos nuevos):

- Dependiendo del tema a tratar, los estudiantes necesitan presentar evidencia suficiente para sustentar un argumento sólido que cubra los tópicos y dimensiones exigidos por el proyecto de investigación. La respuesta a ¿cuánto es suficiente? depende del tema que se aborde.
- Los estudiantes deben tener en cuenta que las presentaciones efectivas dependen de la calidad de la información expuesta y no de la forma como ésta se presente (espectacularidad).
- Se debe poner especial cuidado en la articulación de la información que se aporte en la presentación. Un argumento sólido debe conducir a una exposición fluida de los datos nuevos sobre un tema en particular que la audiencia no conoce.
- Cuando los estudiantes hayan construido respuestas, creado soluciones, tomado decisiones y propuesto recomendaciones sobre un tema, podrán dedicarse a compartir sus descubrimientos. En este punto, ellos deben enfocarse en la comunicación persuasiva del contenido.

- Se debe alentar a los estudiantes para que en cada investigación, si es pertinente, analicen cómo se relaciona su proyecto con los temas de actualidad e interés para la comunidad estudiantil.

### Ética:

- Desde un comienzo se debe establecer el respeto por los derechos de autor que los estudiantes deben observar a lo largo de la investigación. Ellos deben citar las fuentes de las cuales obtuvieron todos los elementos utilizados en su presentación (texto, fotografías, imágenes, mapas, etc.).
- A no ser que las fuentes se citen en cada diapositiva, la última debería listar las obras consultadas, no importa que se trate de una presentación informal.
- Los estudiantes deben familiarizarse con las leyes y normas que regulan el respeto por los derechos de autor.
- Los estudiantes se deben esforzar para convertirse en buenos ciudadanos en un mundo cada vez más digital. Es importante destinar un tiempo para reflexionar sobre este asunto.

### DISEÑO

#### Seleccionar texto e imagen:

- Los estudiantes deben preparar un guión con el fin de evitar productos finales carentes de una estructura lógica o que no puedan comunicar el mensaje central. Además, éste puede usarse como herramienta de evaluación durante el desarrollo del proyecto.
- El guión con los temas y subtemas puede ser la diapositiva inicial de la presentación. A partir de ésta se definen los títulos de las otras diapositivas y bajo cada título se incluye el texto explicativo, las imágenes de apoyo y las notas personales.

- Cada diapositiva debe tener un título que aclare tanto al público como al estudiante que realiza la presentación, cuál es el punto principal a comunicar. Esto asegura la coherencia en la presentación y ayuda a organizar el material.
- El texto de cada diapositiva se debe limitar a unas cuantas frases. En general, cada diapositiva debe contener sólo seis líneas de texto, con seis palabras por línea, no importa que un par de diapositivas tengan ocho líneas, pero que esto no sea la regla.
- Para una presentación eficaz, las diapositivas no deben contener distractores, los cuales limitan la atención de la audiencia, en caso de ser utilizadas deben estar relacionadas con el tema presentado.
- A no ser que los estudiantes realicen una cita textual, no deben incluirse párrafos en las diapositivas.
- Escriba frases, no oraciones. Tenga en cuenta que la presentación es el soporte de su discurso verbal, no el reemplazo de éste y que le debe recordar además, hacer comentarios adicionales.
- No olvide simplificar, simplificar y simplificar. Cuando el estudiante o presentador termine de preparar la presentación, debe volver a editarla con el fin de omitir palabras innecesarias o reemplazar oraciones por palabras claves.
- Se debe tener especial cuidado con la redacción y ortografía, pues los errores se magnifican cuando se proyectan. Un buen truco consiste en imprimir la presentación y pedirle a alguien más que la lea con el fin de corregir errores ortográficos, mecanográficos u otras inconsistencias.
- Las ayudas visuales como gráficas, mapas, dibujos y fotografías, entre otras, se deben utilizar para permitir a la audiencia visualizar conceptos que de otra forma resultarían difíciles de entender.

- No espere que las ayudas visuales hagan análisis, creen empatía, generen preguntas o construyan una relación con la audiencia. Esa es labor del presentador.
- Es recomendable que cada diapositiva tenga el logotipo del colegio, universidad o institución que represente, el nombre y el grado del presentador, ubicados en la parte baja al lado izquierdo.
- Se debe abrir y cerrar la presentación con textos que sean especiales. Los primeros minutos sirven para establecer un contexto que es crítico para generar las expectativas y el interés de la audiencia. Los minutos finales sirven para unir todas las piezas y enfatizar los puntos más importantes que se han tratado a lo largo de la presentación.

### Armonía:

- Debe promoverse la simplicidad a lo largo de toda la presentación.
- Sea consistente en el tipo de letra, su tamaño y formato.
- Se debe usar un tipo de letra clara y fácil de leer como Arial, Tahoma o Verdana.
- Utilizar fondos de pantalla sencillos.
- Todas las palabras deben ser legibles desde el lugar más alejado del salón. Las combinaciones de mayúsculas y minúsculas son las más legibles.
- Las viñetas deben ser consistentes; en un listado de acciones todas las frases deben comenzar con verbos; en un listado de beneficios todos los puntos deben corresponder a esta categoría.
- Por estética en el diseño y la presentación es mejor utilizar una sola viñeta en una sola diapositiva.

- Todas las viñetas pueden comenzar con un verbo, o las frases con un sujeto. Esta estructura hará que la presentación fluya más fácilmente de un punto a otro.
- Lo recomendable es utilizar seis palabras en cada viñeta, seis viñetas en cada diapositiva, y no más de seis diapositivas de texto seguidas, es una buena práctica. Seis diapositivas de texto seguidas, quiere decir que el presentador habla por lo menos diez minutos sin ninguna ayuda visual.
- Utilizar las gráficas adecuadas para representar tus datos.
- La apariencia de las diapositivas debe ser variada. Es buena idea intercalar graficas, con frases y listados, con fotos. Una impresión en papel de la presentación permite asegurarse que hay variedad visual.
- Utilice imágenes de alta calidad. Olvídense de que si las imágenes pesan mucho o no, las imágenes de alta calidad demuestran profesionalismo en su trabajo, el tiempo de carga de una imagen se reduce a nada comparado con internet, no escatime en buscar las imágenes perfectas, una imagen pixelada no es una buena idea.
- Hay que ser cuidadoso con el uso de los colores. Una buena elección de colores es un punto crítico para la transmisión del mensaje. Por ejemplo, la utilización del rojo en presentaciones que contengan resultados numéricos debe hacerse con cuidado ya que este color significa valores negativos.
- Asegúrese de tener buen contraste entre el texto y el fondo. Los expertos recomiendan colores muy oscuros para el texto y pasteles pálidos para el fondo como amarillo claro, aunque algunos prefieren texto claro sobre fondo oscuro.
- Al final de la presentación tenga un par de diapositivas en blanco seguidas de otra que diga “Gracias” o que presente nuevamente el contenido de la diapositiva inicial.

### Eliminar distracciones:

- Los diseños muy vistosos pueden opacar el impacto del mensaje.
- Use transiciones naturales, como el texto que cae o que aparece desde la izquierda. Es más fácil leer cuando el texto proviene siempre del mismo lugar. No se exceda con las transiciones, pues no todas las diapositivas requieren efectos especiales. El exceso de animaciones o transiciones muy vistosas logrará captar la atención pero la desviará del tema, haciendo que el público ponga más atención a lo bonito de los movimientos que a lo que está haciendo o diciendo.
- La presentación debe tener el mínimo posible de sonidos y animaciones. Estos elementos deben reservarse para dar mayor énfasis a los puntos importantes.
- No utilice colores complementarios en la misma diapositiva (rojo y verde, azul y anaranjado, etc.).
- No utilice colores brillantes, sobre todo colores primarios, pues estos distraen, cansan e incluso pueden ocasionar problemas de visión para algunos asistentes.
- Los dispositivos de proyección pocas veces producen los mismos colores que un monitor. Asegúrese de verificar que todas las tonalidades de la presentación se vean bien cuando son proyectadas.

### PRESENTACIÓN

#### Hablar:

- Si el presentador se comunica con seguridad y transmite sus conocimientos con sinceridad, la audiencia tiende a darle mayor credibilidad y confianza.

El estudiante debe evitar la mera apariencia de convicción, debe aprender a pensar y comunicarse honestamente. Esto constituye uno de los aspectos esenciales de un buen ciudadano.

- Los demagogos han dominado las técnicas oratorias, los presentadores deben reconocer y dudar de los oradores manipuladores y falsos. Es indispensable que los estudiantes desarrollen el pensamiento crítico para no “caer” ante una presentación poco profunda o ante imágenes e ideas de dudosa validez.
- El orador efectivo crea una conexión fuerte con la audiencia y establece contacto visual con cada miembro del grupo en diferentes momentos de la presentación.
- El estudiante debe evitar leer las diapositivas. La audiencia las puede leer sin ayuda del expositor, éste debe concentrarse en la elaboración y exploración del tema investigado.

### Actuar:

- El estudiante no puede olvidar su primera y mas útil herramienta audiovisual: ¡Él mismo! Su rostro, su voz, sus manos y su cuerpo son mucho más expresivos que cualquier cosa que la tecnología pueda producir.
- Haga pausas deliberadas con diapositivas neutrales que le permitan acercarse más a su audiencia.
- Herramientas como PowerPoint son más poderosas en manos de un presentador hábil.  
Por eso, los presentadores deben practicar sus presentaciones.
- Otra de las formas de involucrar a la audiencia con el presentador además del contacto visual y el entusiasmo, consiste en contar anécdotas personales, apuntes divertidos o ejemplos inteligentes.

- Es buena idea tener un “Plan B”. La tecnología es cada día más fácil de usar, pero sigue existiendo la posibilidad de que un proyector no pueda comunicarse con el computador, o pueda caerse la red. Tenga un plan de contingencia como tener la presentación en transparencias o tener una copia impresa que se pueda fotocopiar en cualquier momento. Si el equipo falla, el estudiante debe continuar, él es el mensaje; las ayudas visuales son sólo eso, ayudas.

### La Audiencia:

- Analice su objetivo y las expectativas de la audiencia. ¿Cuál es el propósito de la presentación: enseñar, persuadir, motivar, aclarar o informar?
- Si el mensaje del orador le llega a la audiencia de una manera convincente y atractiva, es probable que varios de los asistentes den señales de aprobación mediante alguna forma de lenguaje corporal. El presentador debe estar pendiente de este tipo de señales a fin de continuar como va o rectificar en la forma de presentar la información.
- Por respeto a la audiencia, asegurarse antes de iniciar la presentación que todos los elementos fundamentales para llevar a cabo la presentación, funcionen apropiadamente.
- Es importante que dentro del tiempo de la presentación haya espacio para que la audiencia pueda hacer preguntas.
- Pensando en el momento de las preguntas, es importante conocer la ubicación dentro de la presentación de las diapositivas claves para llegar a ellas directamente a fin de aclarar las dudas presentadas por la audiencia.

Disponible en: <http://sickmind.com.ar/blog/?p=591>

✦ En MEXICO: Información extraída del Artículo Z, escrito por Félix J González A., titulado ¿Cómo Lograr Presentaciones Efectivas?

Esta transmisión deberá ser lo más efectiva, para ello se cuentan con programas específicos que nos facilitan la elaboración de dichas láminas, brindando diferentes matices en cuanto al estilo, tamaño color, movimiento, etc., pero sin una adecuada planificación de la presentación que debemos realizar no podemos cumplir con los objetivos planteados.

En primer lugar es muy importante planificar la presentación que vamos a realizar, es decir tener en mente cuál es el tema que queremos abordar, y precisar cuál es la idea principal que queremos transmitir, para luego señalar las ideas secundarias del tema.

Es muy importante identificar el tipo de público al cual nos vamos a dirigir, ya que dependiendo de esto utilizaremos técnicas diferentes de expresión. La seguridad en lo que estamos diciendo es un factor determinante ya que ello demuestra el manejo que tenemos del tema.

Antes de comenzar la presentación es recomendable realizar un esquema de lo que vamos a exponer de una manera didáctica, con lo cual se puede hacer uso de la técnica llamada mapas Mentales, a través de la cual podemos sintetizar en forma de esquemas los puntos más resaltantes de nuestra exposición.

Un aspecto que no podemos descuidar es el auditorio en el cual vamos a realizar la presentación el cual deberá ser espacioso, ventilado con la iluminación adecuada, ya que hay que lograr que los oyentes estén lo más cómodos posible.

Así mismo es necesario conocer cuáles son las reglas del lugar donde vamos a exponer, ya que muchos cuentan con el servicio de computador, coffee break, anfitrionas etc., es importante tener en cuenta estos detalles ya que ellos nos pueden ahorrar un valioso tiempo.

De acuerdo con especialistas en la materia de las presentaciones orales, si se utilizar láminas, estas no deberían de pasar de diez, y la duración de la exposición no debe tardar más de 20 minutos, ello con la finalidad de no cansar a los oyentes, ya que si tenemos claros los conceptos que queremos transmitir es un tiempo ideal para hacerlo. En caso de que la presentación se extienda un poco más, podemos utilizar el tiempo restante para la ronda de preguntas y respuestas.

El tamaño de la letra con la cual escribimos las láminas no debe ser mayor de 30, ya que si la letra es demasiado grande se puede ver el trabajo recargado, y no debemos olvidar que en las láminas solo debemos colocar tips, es decir puntos que sugieran la idea que estamos exponiendo.

Se puede recurrir a los efectos especiales en la presentación, lo cual atrae la atención de los oyentes y hace la exposición más dinámica.

Como último punto está lo que no deberíamos hacer jamás que realicemos una exposición, y es el leer los contenidos de las láminas, ello a demás de ser de pésima educación para con los oyentes demuestra una falta de conocimiento del tema por parte del expositor, además puede hacer que la presentación termine más rápido de lo previsto, tomando en consideración que después de nuestra exposición puede venir otra, y los tiempos muchas veces están medidos.

Lo más importante es prepararse con anticipación, manejar perfectamente los contenidos y mostrar una actitud segura en cada momento.

Disponible en:

[http://www.ejecutivo.com/Como\\_Lograr\\_Presentaciones\\_Efectivas\\_Mexico\\_DF-r1331166-Mexico\\_DF.html](http://www.ejecutivo.com/Como_Lograr_Presentaciones_Efectivas_Mexico_DF-r1331166-Mexico_DF.html)

El tema abordado en la presente investigación, es de gran relevancia en otros países, como México que existen entidades privadas, dedicadas al análisis y la investigación del tema, hemos tenido a bien mencionar algunas de estas entidades, siendo conocedoras que todas ellas investigan o se relacionan con realizar Presentaciones Eficaces:

**GUÍA CONTADORES Y  
CONSULTORES**

**RESPONSABILIDAD  
SOCIAL  
EMPRESARIAL**

**CONSULTORES  
INTERNACIONALES**

**AGUILAR LUGO  
MOISES**

**ABMODELS MGMT**

**GAAR FOCUS**

**LOSUNG CHOKMAH**

**CUSTOMER**

✦ En CHILE: Investigando cómo se realizan las Presentaciones en este país, encontramos que existen funcionarios de instituciones que analizan esta problemática.

Cristina Rodríguez, ejecutiva de una empresa chilena hace la siguiente aportación, extraída de un artículo:

Dentro de las habilidades que debe poseer todo Product Manager, están las aptitudes como presentador. Comunicar ideas, planes, estrategias es parte de las tareas de todo jefe de productos.

Esto le exige hacer presentaciones eficaces, convincentes, ya que saber comunicar y expresarse es esencial para el éxito en los negocios.

### **Definiendo el objetivo de la presentación.**

Los expertos en presentaciones sostienen que para llevar a cabo buenos discursos, existen dos secretos fundamentales que garantizan el éxito: Preparación y Práctica.

### **Madurando el mensaje.**

Lo primero que se debe hacer es definir con claridad que es aquello que piensa decirle a su público. Así mismo, debe pensar en la mejor manera de comunicar el mensaje. Para esto, analice los siguientes tres elementos:

- ¿Cuál es el tipo de mensaje que se desea transmitir?
- ¿Cuáles son las características del público?
- ¿Cómo es el lugar donde se debe realizar la presentación?

De forma paralela, ayúdese revisando el objetivo de la presentación y hágase las siguientes preguntas:

- ¿El objetivo es sencillo o bien complejo?
- ¿El mensaje que voy a transmitir está claro y en función del objetivo?
- ¿Quiénes son los que formarán parte del público?
- ¿Cómo van a reaccionar frente a la presentación?
- ¿Esa es la reacción esperada?

Es importante señalar que si luego de este análisis nos damos cuenta que la posible reacción del público no es la que deseamos, debemos modificar el objetivo del mensaje.

Cuando lo anterior esta listo, recién allí podemos comenzar a confeccionar la presentación.

Una vez que este lista, revísela completamente y busque todo cambio que permita acortarla. Es muy común que una misma idea este repartida en varias partes de la presentación, lo cual puede generar aburrimiento por parte del público o bien confusión. Para evitar esto, agrupe todas las ideas similares para definir temas concretos.

### **Reducir los temores a la hora de presentar.**

Una vez lista la presentación llega la hora de exponer. Para algunos esto es motivo de mucha angustia. Es común que la inseguridad nos embargue y esto nos hará perder el control. Para ayudar a evitar el miedo, a continuación les presentamos una lista de temores habituales y les mostramos algunas soluciones prácticas.

Una de las herramientas básicas de todo trabajador freelance es disponer de una presentación en la que se explique a los futuros clientes sus cualidades, conocimientos y experiencia. Pero, ¿qué debe incluir una presentación para que sea eficaz? Si las personas que buscan un trabajo por cuenta ajena tienen currículums, los profesionales que trabajan por cuenta propia han de disponer de una presentación propia, en la que se explique, además de su experiencia, qué pueden hacer por los clientes. Se trata, por tanto, de una herramienta vital para cualquier trabajador freelance que hay que tener muy en cuenta.

Es importante, además, disponer de varias presentaciones, para escoger la más adecuada a cada tipo de cliente y a cada situación. Así, se deberán realizar presentaciones con textos de diferentes longitudes y que enfatizan diversos puntos fuertes para encajar con las necesidades de cada cliente. Aunque, a simple vista, llevar a cabo esta tarea puede parecer difícil, todo es práctica y cuando hayas escrito unas cuantas, seguro que ya no te parece tan complicado.

Es conveniente, también, que antes de darlas por buenas, dejes que alguien de tu confianza les eche un vistazo para que, además de corregir cualquier posible error ortográfico, te asegures de que es un texto claro y ordenado.

### **Tener en cuenta al cliente.**

Para escribir la presentación, has de tener en cuenta a qué tipo de cliente te diriges y saber qué necesidades tiene. Así, deberás adaptar el texto a las perspectivas de cada cliente. Si sabes de antemano qué pide el cliente, porque por ejemplo estás respondiendo a un anuncio, te será más fácil realizar la presentación. Únicamente tendrás que dejar claro que tú posees las cualidades y experiencia que el cliente pide para realizar lo que demanda el cliente.

No obstante, si no dispones de información de lo que necesita en ese momento el cliente y simplemente quieres presentarte y ofrecer tu trabajo, lo más efectivo es sugerir una propuesta o una estrategia al cliente. Por tanto, no deberás enviar únicamente una presentación propia en la que expliques lo que sabes hacer y en qué proyectos has trabajado, sino que deberás convencer al cliente de que puedes serle útil por algún motivo concreto.

Otra de las claves para que la presentación sea útil es disponer del nombre adecuado de la persona de contacto que se encarga de estos temas. Intenta, pues, averiguarlo, ya sea consultando su web o llamando por teléfono o celular, por ejemplo. Pasados unos días, y si no obtienes ningún tipo de respuesta, llama para saber si la han recibido y qué opinión les ha causado.

### **Qué decir.**

La presentación debería contener una descripción de la necesidad o problema que has detectado en el negocio del cliente, la solución que propones y, por último, por qué eres tú la persona adecuada para llevarla a cabo (tus puntos fuertes). La presentación no debe ser demasiado larga (de lo contrario, podríamos aburrir al lector) y debe estar enfocada a satisfacer las necesidades del cliente.

Qué incluir en la presentación dependerá, pues, de cada situación. No obstante, como ya hemos comentado, tendrás que detectar las necesidades de cada cliente y hacerle ver que tú eres la persona adecuada para satisfacerlas. Para ello, intérate por el ámbito al que se dedica, si ya has trabajado para empresas del mismo sector házselo saber, si dispones de una web en la que aparecen muestras de tu trabajo para compañías similares a la suya adjúntale la dirección para que la visite.

En definitiva, es importantísimo no enviar un currículum o una presentación por sí misma, ya que no acostumbra a funcionar. Los clientes necesitan saber qué puedes hacer por ellos, y la forma más eficaz de hacerlo es explicándoselo, dándoles a entender que conoces sus necesidades y su negocio y que eres capaz de solucionar sus problemas.

Disponible en: [www.infojobs.net](http://www.infojobs.net)

### **2.2.3 A Nivel Nacional.**

⇒ En PERÚ, hemos investigado a detalle si en nuestro país, se ha investigado sobre el tema abordado, si bien es cierto hay universidades y personalidades que sin dedicarse exclusivamente al tema, aportan indirectamente a éste, por ejemplo cuando se habla de comunicación fluida, expresión oral, e inclusive de motivación, porque para realizar presentaciones eficaces se necesita conocer estos temas también; a pesar de ello Perú IN, es una entidad que cubre temas sobre la comunicación,

en un artículo proveído por “Artículos Z”, de Abel Sánchez Rodríguez. La comunicación nace desde el mismo surgimiento de la vida. El deseo de supervivencia de la especie humana ante la agresividad del medio trajo consigo la necesidad de agruparse para conseguir objetivos que individualmente eran imposibles de alcanzar, tal es el caso de la alimentación y la lucha por la vida.

Para lograr este agrupamiento y la manutención del mismo se hizo imprescindible transmitirse las ideas entre ellos y llegar a un consenso, es decir comunicarse.

Por supuesto que al inicio esta comunicación era muy rudimentaria, al igual que las vidas de los primeros pobladores humanos. Estos transmitían sus mensajes mediante señas, gritos y gestos.

Así de esta forma lograron crear comunidades, lograron cazar enormes animales trazando planes y estrategias, lograron sobrevivir siendo sin embargo una de las especies menos protegidas de forma natural.

Esta maravillosa adaptación al medio hostil se debe en gran medida a que la comunicación fue eficaz o sencillamente cumplió su objetivo.

En aras de mejorar el proceso comunicativo se inventó el idioma, sin dejar de usar las señas y los gestos, complementos que ayudaron y ayudan a la mejor comprensión de los mensajes que se quieren transmitir y que en ocasiones son la única vía de comunicación. Sin embargo estos mismos gestos y señas que ayudaron a mejorar el entendimiento entre los hombres son los que en ocasiones entorpecen el resultado deseado de una conversación.

Muchos científicos, filósofos y entendidos del tema han tratado de representar gráficamente el proceso de la comunicación entre humanos. De forma general la mayoría coincide en que el proceso de comunicación se manifiesta de la siguiente manera:

- Emisor: Persona que emite el mensaje.

- Receptor: Persona que recibe el mensaje.
- Canal de Transmisión: Vía por la que se transmite el mensaje.
- Mensaje codificado: Texto que se quiere hacer llegar al receptor.
- Retroalimentación: Confirmación de que el mensaje fue recibido correctamente.
- Ruidos, Distorsiones e interferencias: Interrupciones al proceso de comunicación.
- Internos: Factores Psicológicos, estados de ánimo, etc.
- Externos: Dificultades en el canal de transmisión, problemas técnicos, de idioma, de cultura.

En el proceso de comunicación el emisor decide el mensaje a emitir, el canal y la codificación que se va a usar. Sin embargo el emisor es quien debe ocuparse de que la retroalimentación, que es un mensaje en sí, llegue lo más clara posible ya que esta es la vía necesaria para conocer si el mensaje se recibió con claridad, de lo contrario la retroalimentación llegará en el momento en que el receptor incumpla o no realice la tarea indicada en el cuerpo del mensaje de la forma esperada por el emisor por el solo hecho de una mala comunicación o interpretación del mensaje.

La mayoría de los componentes del proceso de comunicación tienen la capacidad de crear distorsiones, y por tanto, inciden sobre la meta de comunicarse perfectamente. Las distorsiones dependen fundamentalmente del estado psicológico del emisor y el receptor, del canal usado y del tipo de codificación.

Por ejemplo si el canal y la codificación usados son el lenguaje oral mediante la comunicación cara a cara entonces el éxito del mensaje depende en gran medida de la forma en que se maneje la expresión facial del emisor, el tono de su voz, etc. y a su vez estas dependen en gran medida del estado psicológico del emisor.

Si usted quiere hacer llegar a un grupo de individuos la necesidad de acometer una tarea de inmediato ya que el destino de la Empresa depende de la realización de esta tarea y se lo transmite al receptor en un tono de voz y con una expresión facial o corporal que no muestren la urgencia y la gravedad del asunto entonces el receptor podrá deducir que la palabra inmediato significa un tiempo más prolongado del que usted trató de transmitir.

Recuerde que para un viajero la palabra “pronto” puede significar minutos sin embargo esa misma palabra para un científico pueden significar años, quiere decir que el lenguaje usado debe ser claro y conciso. Como se puede apreciar es necesario que en el proceso de comunicación se conjuguen todos los factores que puedan evitar distorsiones y ruidos.

Es por ello que muchos directivos han tomado como canal fundamental y como vía más fiable el lenguaje escrito ya que en este no intervienen las expresiones corporales ni la influencia del tono del lenguaje oral por lo que disminuyen los riesgos de estas interferencias, aunque el escrito también tiene sus riesgos.

En nuestros días, en el proceso de comunicación, se le brinda enorme importancia a la retroalimentación ya que esta es la única forma de conocer y corregir las desviaciones que pueda sufrir el mensaje desde su salida del emisor hasta su llegada al receptor, infortunadamente esta retroalimentación, al igual que el mensaje original, es propensa a las interferencias y los ruidos por las mismas causas e incluso, como es una respuesta ante un mensaje ya emitido, casi siempre existen más riesgos de que la influencia psicológica interfiera en el flujo. Por lo que el proceso de comunicación se convierte en un ciclo donde el emisor y el receptor intercambian de roles constantemente.

### **¿Cómo lograr una comunicación más fluida y eficaz?**

La tarea no es sencilla.

Primero organice bien los objetivos que desea lograr mediante la comunicación.

Segundo trace la estrategia para que la comunicación llegue con la menor distorsión posible teniendo en cuenta que canales va a utilizar y qué tipo de codificación. Estos dos elementos dependen en gran medida de las características del receptor y de las suyas propias.

Cuando los programadores están confeccionando un Software simplemente se están comunicando con el hardware de la computadora, ¿pero cómo lo hacen? Sencillo, simplemente le “hablan” en un lenguaje que la PC entiende, no le gritan, no le ponen cara de pocos amigos, no le gesticulan porque sencillamente saben que con estas reacciones no van a conseguir su objetivo.

¡Por qué no hacer lo mismo con las personas!

Por ejemplo si usted tiene que transmitir un mensaje a una persona con problemas auditivos y usted no conoce del lenguaje de señas o no lo domina a la perfección la mejor vía para transmitir el mensaje puede ser la escritura.

Ahora bien, si usted va a comunicarse con un extranjero, que incluso habla su mismo idioma, entonces debe abstenerse de utilizar en la comunicación palabras propias de su región y que puedan mal interpretarse porque posean otro significado en la de él.

De manera que cuando se intenta establecer una comunicación eficaz se debe tener una información amplia de las características del receptor para no crear desde el inicio las interferencias que distorsionan el proceso.

Luego que el proceso de planificación está concluido, es decir que ya se han seleccionado los objetivos, los canales y la codificación entonces se procede al comienzo del proceso de la comunicación evitando improvisaciones innecesarias. Una vez concluida la emisión del mensaje se debe solicitar al receptor, si este no lo hace de forma espontánea, una confirmación de lo que se recibió en el mensaje comprobando así que no han habido tergiversaciones en el proceso de comunicación.

Esta parte del proceso es sumamente importante porque es la mejor forma de comprobar si la comunicación fue efectiva.

Ejemplos de comunicación inefectivas o incompletas se ven a diario, todos somos víctimas o victimarios de estas. Nos estamos refiriendo a los rumores.

Desde hace muchos años se habló de una teoría simple pero no por ello se le debe restar importancia, es la teoría del rumor.

### **¿Cómo es que funciona la teoría del rumor?**

Usted transmite un mensaje el cual no ha sido confirmado debidamente, este mensaje sufre todas las interferencias y desviaciones que normalmente están presentes en el proceso de comunicación, el receptor se apropia de un mensaje que lleva distorsiones y lo transmite de esa forma, el otro receptor capta el mensaje con las desviaciones iniciales y con las que se suman en su propio proceso y así sucesivamente.

Cuando llega el mensaje al final de la cadena este no tiene nada que ver con el mensaje original.

Debido a que la comunicación es un proceso cotidiano se va violando poco a poco todas las fases de la planificación llegando a tener en variadas ocasiones procesos comunicativos incompletos o indeseados de los cuales no nos percatamos hasta el momento de un error costoso.

Por esta razón el proceso de comunicación se va volviendo de cierta forma automático y es en este automatismo donde se cometen los errores que llevan a una comunicación indeseada.

Estudiosos del tema han investigado y creado técnicas eficaces que favorecen la comunicación y que ayudan en gran medida a la obtención de los objetivos de este proceso, sin embargo estas técnicas pueden convertirse en barreras si no se emplean del modo correcto.

Disponible en:

[http://www.articulosinformativos.com/La\\_Comunicacion\\_Eficaz\\_Peru\\_I\\_N-r1153668-Peru\\_IN.html](http://www.articulosinformativos.com/La_Comunicacion_Eficaz_Peru_I_N-r1153668-Peru_IN.html)

Como se explico anteriormente en Perú no se tiene un manual para realizar presentaciones eficaces, existen grandes oradores de renombre como el Dr. Alan García Pérez, David Fleishman, entre otros, los cuales cuando exponen un tema sea este relevante o no, cautivan la atención de la audiencia, pero para exponer previamente ellos organizan sus presentaciones, analizan su público objetivo, el tema a abordar, el escenario, entre otros puntos se suma importancia, para lograr el objetivo de su ponencia.

#### **2.2.4 A Nivel Regional.**

⇒ En la región AMAZONAS no existen un modelo para realizar presentaciones y ningún indicio de alguna investigación sobre este importante tema abordado, es por ello que hemos visto la necesidad de crear un manual para facilitar las presentaciones a través de una correcta comunicación, teniendo como referencia valiosa información (Universidad de Oxford, Universidad de España), además del apoyo de personalidades importantes de la región, a las cuales se encuesto y se llevo a la conclusión que es necesaria la elaboración del presente manual.

### **2.2.5 A Nivel Local.**

Siendo más específicos en la ciudad de CHACHAPOYAS no existe ningún modelo para realizar presentaciones, sin embargo la mayoría de personas tiene una idea errónea que una presentación eficaz es lo mismo que un PowerPoint, lo cual para ellos es muy sencillo y no es tema de investigación porque diapositivas se hacen sin muchos conocimientos, cabe mencionar que inclusive para crear una diapositiva, existen lineamientos para hacerlas correctamente; en muchos países existen reglas, norma para realizar presentaciones, no se trata de llenar una diapositiva con texto.

## **2.3. REALIDAD PROBLEMÁTICA.**

### **2.3.1 Planteamiento Del Problema.**

Tanto para sensibilizar como para organizar a una comunidad, la herramienta más poderosa son las reuniones públicas centradas en el diálogo. Es importante que el ponente esté bien informado y familiarizado con sus metas como ponente profesional que realiza presentaciones eficaces.

Realizar Presentaciones Orales Efectivas en las empresas es una etiqueta apropiada de un buen orador. Para ello es recomendable ejercitarse en la expresión oral y mantener una razonable dosis de creatividad. Es así como se logra una óptima interacción en el mundo laboral competitivo.

Estas herramientas se transformarán en el valor agregado de cada presentador, mejorando la comunicación interpersonal, la administración del tiempo, el impacto en los mensajes y en definitiva, su autoestima.

Esta transmisión deberá ser lo más efectiva, para ello se cuentan con programas específicos que nos facilitan la elaboración de dichas láminas,

diapositivas, papelotes o cualquier otra herramienta para llegar al público objetivo, brindando diferentes matices en cuanto al estilo, tamaño color, movimiento, etc., pero sin una adecuada planificación de la presentación que debemos realizar no podemos cumplir con los objetivos planteados.

Para hablar bien en público no se necesita ser valiente, sino tener dominio de técnicas, conocer los principios que rigen la comunicación verbal y la comunicación no verbal, manejar su cuerpo y su espíritu para convencer, para vender la idea que usted quiere exponer a su público.

Dentro de la preparación, es realmente fundamental definir lo mejor posible el objetivo de aquello que se desea comunicar. Es muy común sentarse frente al computador, abrir el PowerPoint, o coger papelotes o láminas y comenzar a escribir, pegar figuras y gráficos, aplicar colores, formatos de letras y efectos especiales, dejando completamente de lado aquello que se busca conseguir. Por ende, antes de empezar a preparar la presentación, reflexione un rato respecto al objetivo de la presentación. De hecho, dicho objetivo debe estar presente a lo largo de toda la exposición para asegurar que la comunicación resulte eficaz.

El presentador que realiza la presentación debe hacerse preguntas como: ¿Quién está sentado ahí? ¿Cuáles son sus necesidades? ¿Cuáles sus preferencias? ¿Qué comportamientos tienen? ¿Cuánto saben sobre el tema? ¿Cuánto vocabulario manejan?, y ¿Qué nivel de profundidad se le debe dar al tema?

Si el presentador se comunica con seguridad y transmite sus conocimientos con sinceridad, la audiencia tiende a darle mayor credibilidad y confianza.

El presentador debe evitar la mera apariencia de convicción, debe aprender a pensar y comunicarse honestamente. Esto constituye uno de los aspectos esenciales de un buen ciudadano.

El desempeño profesional competitivo en todos sus ramos nos muestra que se carece de una adecuada metodología para comunicar conocimientos de manera eficaz. A través de la propuesta que se presenta en nuestro trabajo se brindará una herramienta que permita lograr la eficacia en lo que se pretende comunicar y realizar presentaciones eficaces.

### **2.3.2 Formulación Del Problema.**

¿Son las presentaciones eficaces una herramienta importante para lograr una comunicación correcta en el sector turismo?

### **2.3.3 Justificación del Problema.**

Actualmente no sólo se debe poseer capacidad de adecuación y flexibilidad frente a la sociedad sino también conocimientos e información adecuada para obtener eficacia en lo profesional, social y laboral.

Asimismo, las relaciones interpersonales condicionan en exceso la vida de las personas, pues la manera de encararlas tiene un gran protagonismo en el ascenso laboral, el cierre de una venta, la aprobación de un examen, la entrevista laboral, la vida privada, etc.

Es por ello que es necesario poner en práctica procesos que innoven y potencien tanto la valorización de las Relaciones Humanas como el aprendizaje continuo, constituidos en elementos estratégicos indispensables.

Crear presentaciones impactantes no es nada fácil hoy en día, cuando la sociedad es bombardeada constantemente con información de todo tipo. La cultura occidental se está moviendo rápidamente desde la información escrita y verbal hacia el dominio de la imagen y la comunicación visual. Los números y las letras continúan y continuarán siendo el principal medio para expresar y registrar información, pero su absoluto dominio está cediendo el paso al avance de la información visual.

En los documentos impresos, el lenguaje ha sido el elemento principal y los factores visuales se han considerado como secundarios o de soporte.

Actualmente, en los medios de comunicación prima lo visual y lo verbal simplemente complementa. Nuestra cultura verbal se ha movido hacia lo icónico al punto que la mayoría de lo que sabemos y aprendemos, lo que compramos y en lo que creemos, lo que reconocemos y deseamos, está determinado por la imagen fotográfica que hace eco en la psiquis humana.

Es urgente que los estudiantes desarrollen sus capacidades para trabajar adecuadamente con entornos visuales como la multimedia y que reconozcan cuando un dato debe presentarse en forma visual y cuando en forma descriptiva con palabras y números.

Los demagogos han dominado las técnicas oratorias, los estudiantes deben reconocer y dudar de los oradores manipuladores y falsos.

Es indispensable que los estudiantes desarrollen el pensamiento crítico para no “caer” ante una presentación poco profunda o ante imágenes e ideas de dudosa validez.

Con la presente investigación queremos brindar a los profesionales, estudiantes, instituciones y empresas involucrados en la actividad turística, y todos los interesados, una herramienta para realizar presentaciones eficaces, las cuales no solo son de gran ayuda a los ponentes sino también la audiencia es beneficiada porque se logra transmitir información que fácilmente es recordada.

Prepárese para decir a la audiencia más de lo que muestran sus diapositivas, papelotes, láminas u otra herramienta que les facilite su presentación. A nadie le gusta que le lean cuando lo puede hacer de manera independiente. Use su presentación para demostrar que domina el tema. A medida que su presentación avanza, la(s) herramienta(s) utilizada(s) deben servir solamente como notas para su audiencia y como guía para usted.

### **2.4. HIPÓTESIS.**

*Hi:* La elaboración y uso de un manual de presentaciones eficaces, se constituye en una herramienta indispensable para lograr comunicaciones eficaces en todo ámbito (profesional, personal, educativo, científico empresarial, etc.).

### **2.5. OBJETIVOS.**

#### **2.5.1 General.**

Proponer un manual que sirva como modelo de presentaciones eficaces y una herramienta práctica para lograr la correcta comunicación en el sector turismo.

#### **2.5.2 Objetivos Específicos.**

☛ Determinar la relevancia de las presentaciones en la comunicación y su grado determinante de importancia.

- ⇒ Efectuar un diagnóstico de la realidad local sobre la forma en que se realizan las presentaciones en el sector turismo.
- ⇒ Proponer un modelo de presentaciones eficaces que permita la comunicación correcta.

### **III. MARCO METODOLÓGICO.**

#### **3.1. Diseño de Contrastación de la Hipótesis.**

*Ho:* Si no se elabora un manual para la correcta comunicación a través de presentaciones eficaces, en la ciudad de Chachapoyas no se logrará obtener una metodología para la comunicación en el sector turismo, ni mucho menos realizar presentaciones eficaces.

#### **3.2. Diseño de la Investigación.**

*De acuerdo a la naturaleza:*

Cualitativa.

*De acuerdo al fin que persigue:*

Básica y Aplicada.

*De acuerdo al tiempo en que se capta la información:*

Retrospectiva y Prospectiva.

*De acuerdo a la técnica de contrastación:*

No experimental.

#### **3.3. Material de Estudio.**

La comunicación correcta en el sector turismo a través de presentaciones eficaces, realizadas por los estudiantes, profesionales y funcionarios relacionados con la actividad turística; en el ámbito de la provincia de Chachapoyas.

Además de los libros de textos, separatas, tesis, revistas, folletos, manuales, artículos, fotografías, páginas webs, videos instituciones relacionadas con las presentaciones.

### 3.4. Variables de Estudio.

#### *Variable Independiente:*

Elaboración de un manual

#### *Variable Dependiente:*

La correcta comunicación a través de presentaciones eficaces, en el sector turismo – Chachapoyas 2011.

### 3.5. Población y Muestra.

*Población:* Se ha considerado como población a todas las instituciones involucradas en la actividad turística y personas que transmiten información de manera general y/o particular, en la ciudad de Chachapoyas.

*Muestra:* Se ha considerado como muestra al 100% de las instituciones, consultores en turismo, docentes universitarios licenciados en turismo y el 10% de alumnos de los tres últimos ciclos de la carrera profesional de turismo y administración, debido a que se realiza una evaluación completa de la realidad, de las presentaciones en la ciudad de Chachapoyas.

Al mencionar al 100% de las instituciones, consultores en turismo, docentes universitarios licenciados en turismo, nos referimos a que encuestamos a funcionarios y profesionales de todas las entidades relacionadas con la actividad turística tales como: DIRCETUR Amazonas, APECO, GIZ, IPERÚ, CARITAS (CITE AMAZONAS),

Ministerio de Cultura, Cámara de Comercio Agricultura y Turismo y docentes universitarios de Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, de la especialidad de turismo.

El poder utilizar el 100% de la población de funcionarios y profesionales de todas las entidades relacionadas con la actividad turística, se da por razón del tamaño de la población el cual es pequeño y más aun el margen de error se reduce de manera considerable en el sustento de la investigación.

Siendo conocedoras que los estudiantes también realizamos presentaciones, se ha tenido a bien encuestar al 10% de alumnos, de los tres últimos ciclos de la carrera profesional de turismo y administración para obtener una mejor información se ha seleccionado a los que ocupan el tercio superior.

### **3.6. Métodos, Técnicas, Instrumentos y Procedimientos.**

#### ***Métodos:***

- Método etnográfico – descriptivo que se realizará en la etapa de trabajo de campo, bajo la realización de encuestas y entrevistas.
- Método Deductivo e inductivo, debido a la recopilación de datos secundarios de las diferentes instituciones involucradas al sector turismo.
- Método estadístico, para el análisis e interpretación de los datos.
- La síntesis, para la elaboración del informe de tesis.

***Técnicas:*** La observación directa e indirecta.

Observación: Directa, en los eventos durante los cuales se realizan las presentaciones.

Observación: Indirecta, a través de imágenes, fotografías, videos, etc., de ponencias en las cuales no se participa ni como ponentes ni como auditorio.

*Instrumentos de recolección de datos:* Para la recolección de datos se realizara 3 modelos de encuestas, así como ejecutar visitas a las instituciones involucradas al sector turismo, docentes de la UNTRM – A de la especialidad de Turismo y a los estudiantes de la escuela profesional de Turismo y Administración (los cuales pertenecen al tercio superior), para conocer como realizan sus presentaciones.

Entrevista: A los principales funcionarios involucrados en la comunicación turística y las presentaciones, en Chachapoyas.

### 3.7. Análisis Estadísticos de los Datos.

➤ Los datos estadísticos se procesaran con el Software Microsoft Office Excel 2007; obteniéndose tablas de distribución de frecuencias, gráficos y tablas cruzadas o de doble entrada. Este análisis nos permitirá detallar: las capacidades de las personas e instituciones para realizar sus presentaciones, además de conocer si en la ciudad de Chachapoyas se realizan presentaciones eficaces.

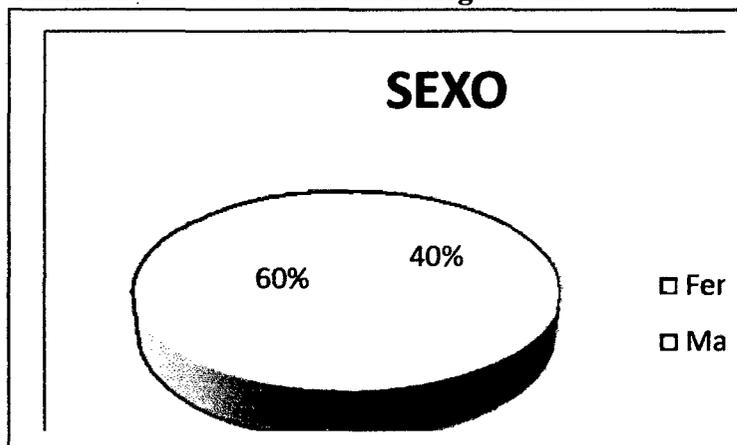
➤ El diseño del “Manual para la correcta comunicación a través de presentaciones eficaces, en el sector turismo – Chachapoyas 2011”, se ha elaborado en formato Corel Draw, obteniendo una mejor ilustración gráfica de los mismos.

**IV. RESULTADOS.**

**4.1. Análisis de las Presentaciones en la ciudad de Chachapoyas.**

**4.1.1 Encuesta Realizada a Diferentes Entidades del Sector Turístico.**

**GRÁFICO N° 04: Encuestados según Sexo.**

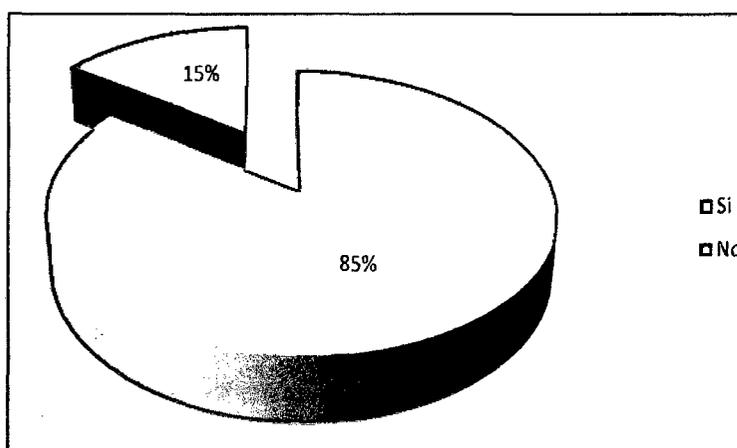


Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, según el gráfico N° 01, el 60% son de sexo masculino y el 40% de sexo femenino.

**GRÁFICO N° 05: ¿Diseña usted sus presentaciones?**

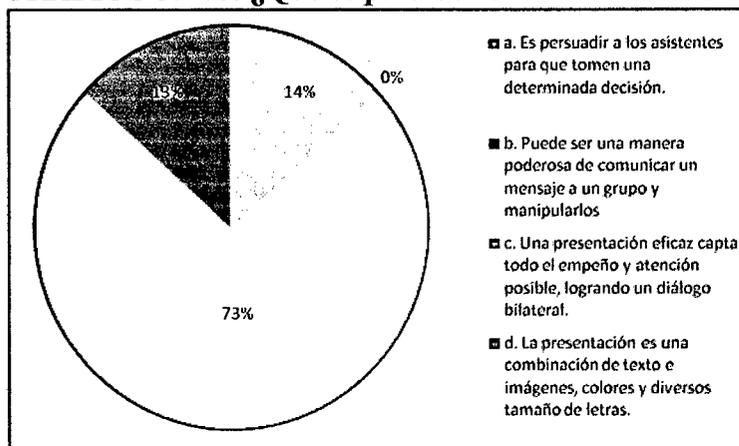


Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 85% Si diseña sus presentaciones y el 15% No lo hace.

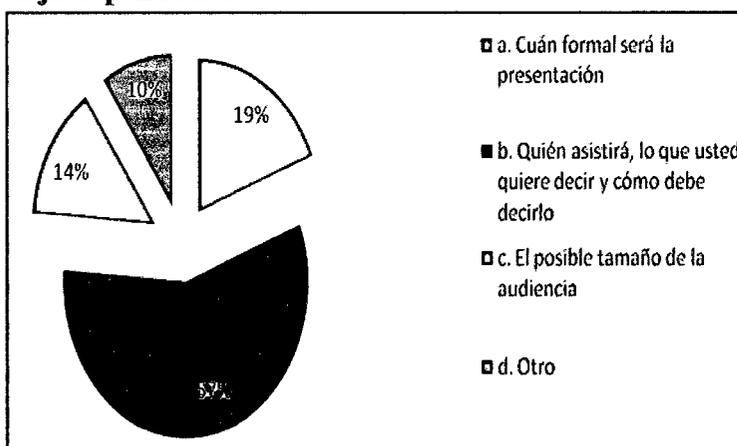
**GRÁFICO N° 06: ¿Qué es para usted una Presentación Eficaz?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Según este grafico, se puede observar que del 100% de los encuestados respondió a la pregunta ¿Qué es una Presentación Eficaz?, el 73% define que es “Captar todo el empeño y atención posible, logrando un diálogo bilateral”, el 14% “Es persuadir a los asistentes para que tomen una determinada decisión” y para el 13% “Es una combinación de textos e imágenes, colores y diversos tamaños de letras”.

**GRÁFICO N° 07: Según su criterio, el medio de comunicación que elija depende de:**



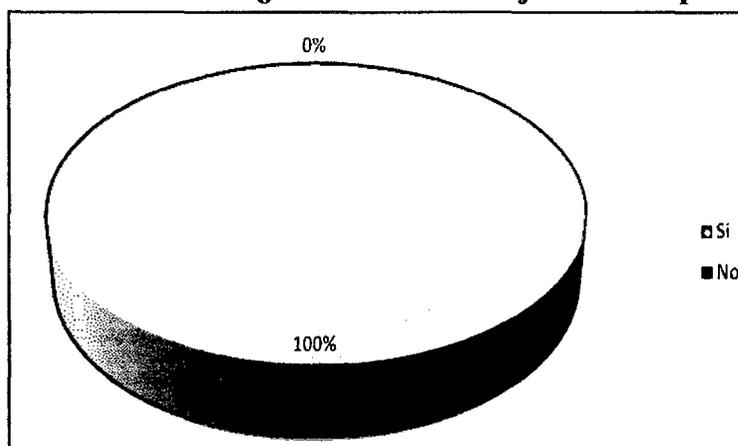
Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Otro (especificar):

- ➡ Depende del grupo meta.
- ➡ El grado de educación de la audiencia.

Del 100% de los encuestados se obtuvo que el 57% de los medios de presentación que elija depende de “Quien asistirá, lo que usted quiere decir y cómo debe decirlo”; el 19% “Cuán formal será la presentación”; el 14% “El posible tamaño de la audiencia”.

### GRÁFICO N° 08: ¿Define usted el Objetivo de su presentación?



Fuente: Encuesta.

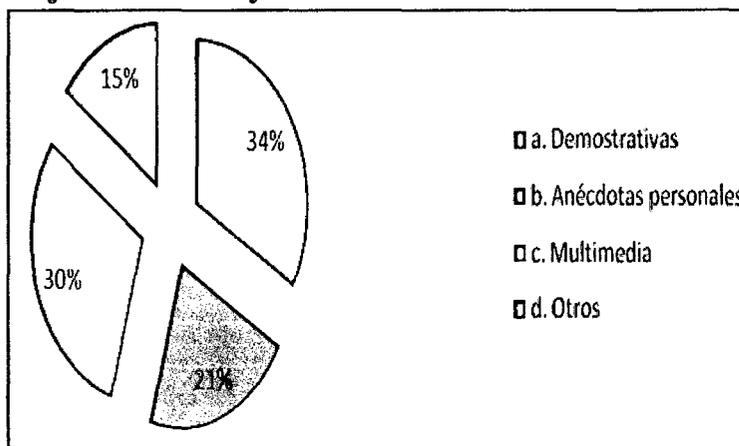
Elaboración propia.

¿Por qué?:

- ➡ Para que sea eficaz y direccionada.
- ➡ Para una mejor exposición.
- ➡ Sin tener un objetivo, no sirve una presentación.
- ➡ Si porque me permite lograr las metas establecidas en el plan de trabajo.
- ➡ Poder buscar buenos consultores y presentar las bondades del producto.
- ➡ Si, es vital para informar al segmento escogido; es necesario llegar al público.

Del 100% de los encuestados, el 100% de estos respondió que Si definen el objetivo de sus presentaciones.

**GRÁFICO N° 09: ¿Qué técnicas de presentación podrían captar mejor la atención y transmitir sus ideas más eficazmente?**

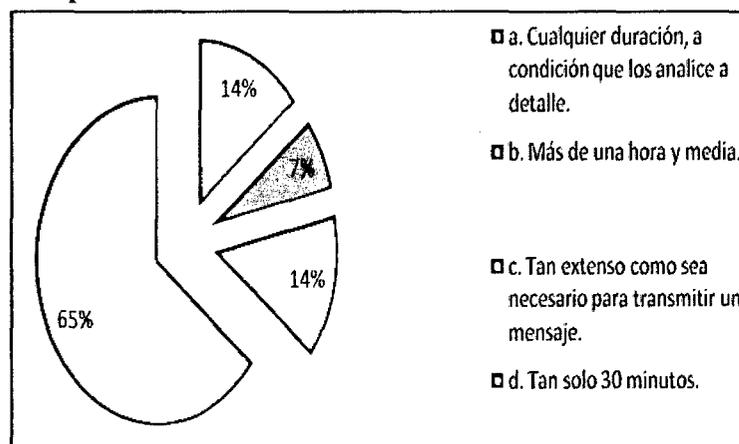


Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

El 100% de los encuestados frente a esta pregunta, el 34% respondió que “Demostrativas”, el 30% “Multimedia”, el 21% mencionó “Anécdotas personales” y el 15% otras técnicas.

**GRÁFICO N° 10: Según su criterio, ¿Cuánto tiempo debería durar una presentación en temas turísticos?**



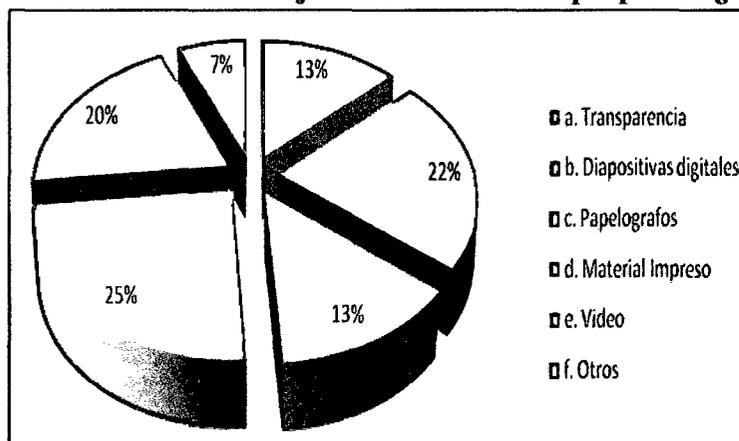
Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 65% opinó que una presentación debe durar “Tan sólo 30 minutos”; el 14% “Tan extenso como sea necesario para transmitir un mensaje”; el otro 14% “Cualquier duración, a

condición que los analice a detalle”; y tan sólo el 7% opina que “Más de una hora y media”.

**GRÁFICO N° 11: Elije usted los medios apropiados ¿Cuáles?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Otro (especificar):

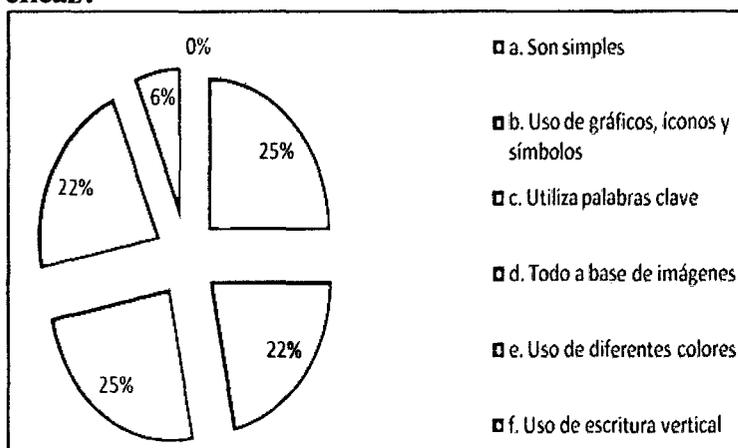
- ⇒ Rotafolios según logística del lugar, público objetivo.
- ⇒ Exposición.

¿Por qué?:

- ⇒ Pueden conservarse para situaciones formales e informales.
- ⇒ Son fáciles de actualizar y crear.

De 100% de los encuestados, el 25% respondió que el medio que utiliza para realizar sus presentaciones es “Material impreso”; el 22% utiliza “Diapositivas”; el 20% “Videos”; el 13% “Papelografos” y el otro 13% utilizan “Transparencias”, el 7% Otros como “Rotafolios”.

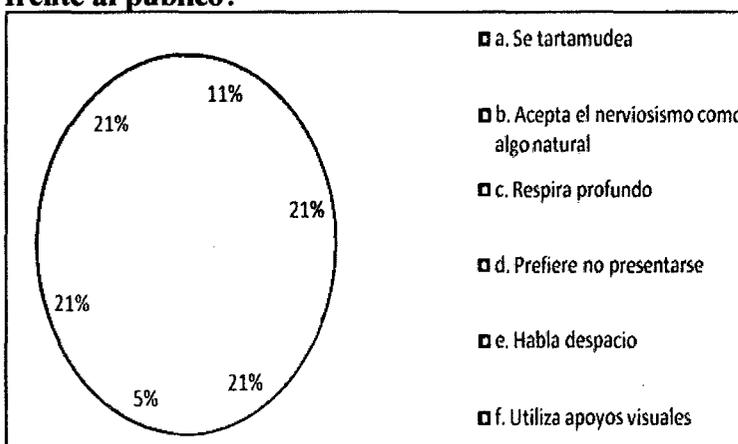
**GRÁFICO N° 12: ¿Cuándo considera usted que un apoyo visual es eficaz?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 25% mencionó que consideran que un apoyo visual es eficaz, cuando “Utilizan palabras claves”, otro 25% cuando “Son simples”, el 22% “Todo a base de imágenes”; el otro 22% cuando hay “uso de gráficos, íconos y símbolos”, y tan sólo el 6% el “Uso de diferentes colores”.

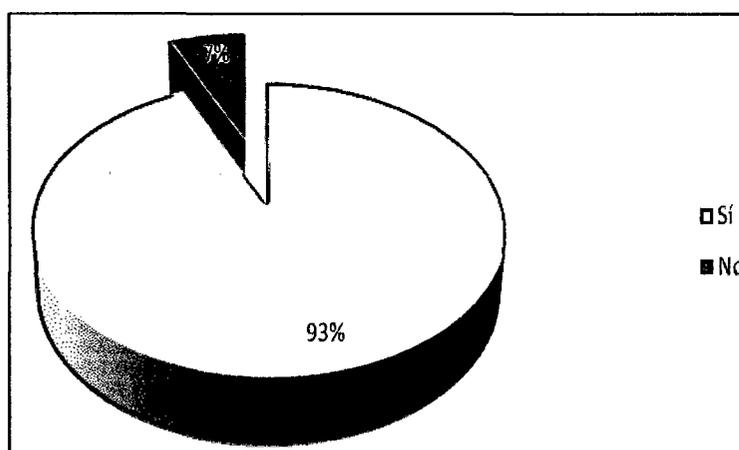
**GRÁFICO N° 13: ¿Qué actitud adopta usted cuando está nervioso frente al público?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, respondió a la pregunta ¿Qué actitud adopta usted cuando está nervioso frente al público?, el 21% opinó que “Se tartamudea”, “Acepta el nerviosismo como algo natural”, “Respira profundo”, “Habla despacio” y “Utiliza apoyos visuales”; el 5% restante “Prefiere no presentarse”.

**GRÁFICO N° 14: Realiza usted una evaluación después de su presentación.**



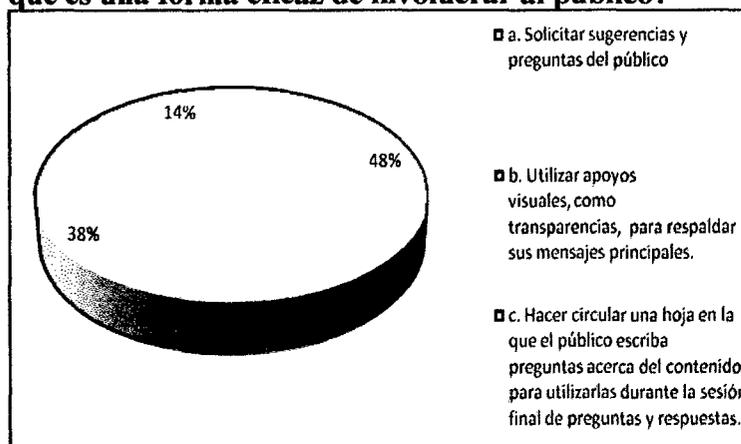
Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

¿Por qué?:

- ➡ Para comprobar si aprendieron o no y reforzar sus conocimientos.
- ➡ Para medir los resultados alcanzados.
- ➡ Para saber que faltó, si funciono y como mejorar.
- ➡ Tengo que analizar las debilidades y fortalezas.
- ➡ Se puede observar faltas y poder corregirlas.
- ➡ Para no repetir los mismos errores y mejorar.

Del 100% de los encuestados, el 93% dijo que Si realizaban una evaluación al final de sus presentaciones, y tan solo el 7% no lo realiza.

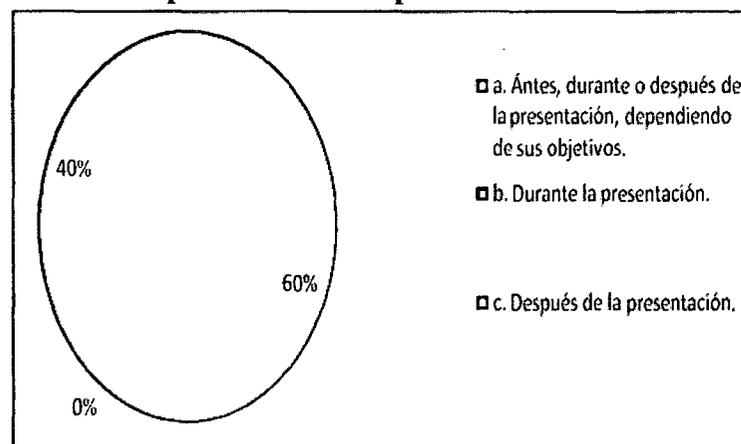
**GRÁFICO N° 15: Durante una presentación, ¿Cuál considera usted que es una forma eficaz de involucrar al público?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 48% afirmó que una manera eficaz de involucrar al público, es a través de “Solicitar sugerencias y preguntas al público”; el 38% “Utilizar apoyos visuales, como transparencias, para respaldar sus mensajes principales”; y tan solo el 14% marcó la opción “c”.

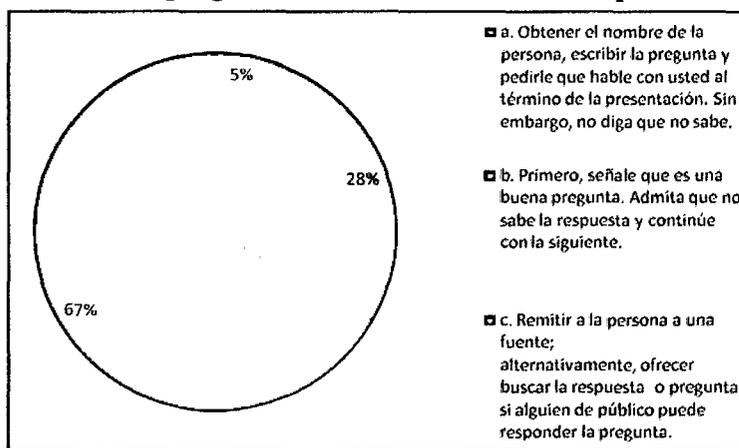
**GRÁFICO N° 16: ¿Cuál es el momento adecuado para entregar material impreso durante la presentación?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Según este gráfico se puede observar que del 100% de encuestados, el 60% opina que el momento adecuado para entregar material impreso durante una presentación, es “Antes, durante o después de la presentación, dependiendo de sus objetivos”; y el 40% “Después de la presentación”.

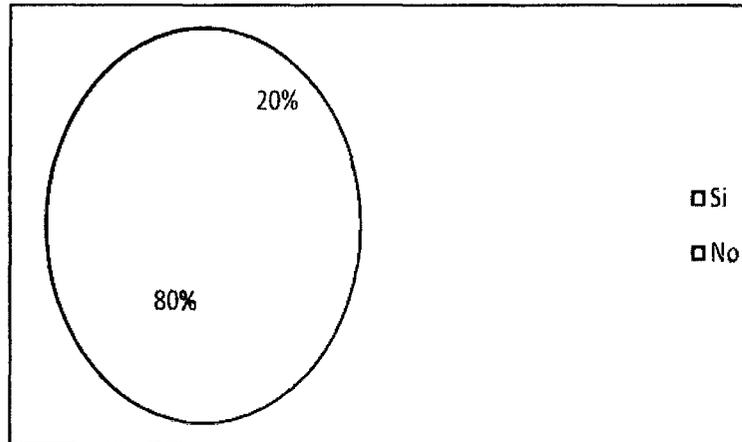
**GRÁFICO N° 17: ¿Cuál cree usted que es la manera más eficaz de lidiar con una pregunta cuando no se sabe la respuesta?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Como se puede observar en este gráfico del 100% de los encuestados, el 67% respondió que ante una pregunta que no sabe la respuesta, lo más correcto sería “Remitir a la persona a una fuente, alternativamente ofrecerle buscar la respuesta o preguntar si alguien del público puede responder la misma”; el 28% opina que lo más ideal sería “Primero, señalar que es una buena pregunta. Admitir que no sabe la respuesta y continúe con la siguiente”; y el 5% restante “Obtener el nombre de la persona, escribir la pregunta y pedirle que hable con usted al final de la presentación. Sin embargo no se debe admitir que no sabe la respuesta”.

**GRÁFICO N° 18: ¿Cree usted que las presentaciones que se realizan en el sector turismo en la ciudad de Chachapoyas, son eficaces?**



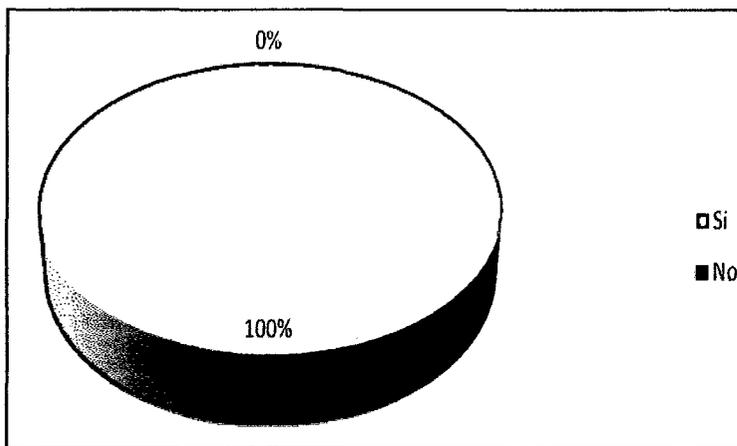
Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

¿Por qué?

- Más o menos debido a que se conoce poco del patrimonio, son pocos trabajadores y en algunos atractivos no hay acceso.
- Falta creatividad para captar al público y llamar la atención, no solo con fotografías sino con medios audiovisuales.
- Creo que se debería trabajar más el tema de metodología, grupo meta y evaluaciones.
- Falta la motivación adecuada.
- Nos falta una mayor organización y orientación de los mecanismos, al público objetivo, responsables del sector, comunidades, público en general, con el objetivo de lograr un mayor impacto.

En este gráfico se puede observar que del 100% de encuestados, el 80% considera que No son eficaces las presentaciones que se realiza en el sector turismo en la ciudad de Chachapoyas, y el 20% consideran que Si son eficaces.

**GRÁFICO N° 19: ¿Cree usted que se debe elaborar un manual para la correcta comunicación a través de presentaciones eficaces, en el sector turismo?**

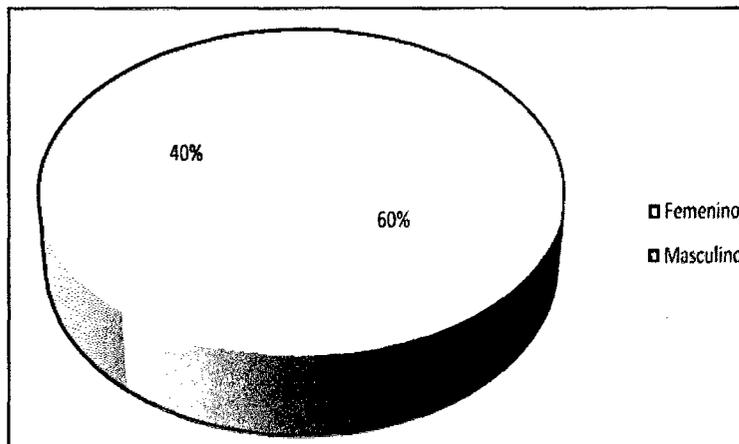


Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Según se puede observar en este gráfico el 100% de los encuestados cree que SI se debe elaborar un manual para la correcta comunicación a través de las presentaciones eficaces en el sector turismo.

4.1.2 Encuesta Aplicada a los Docentes de Turismo de la UNTRM-A

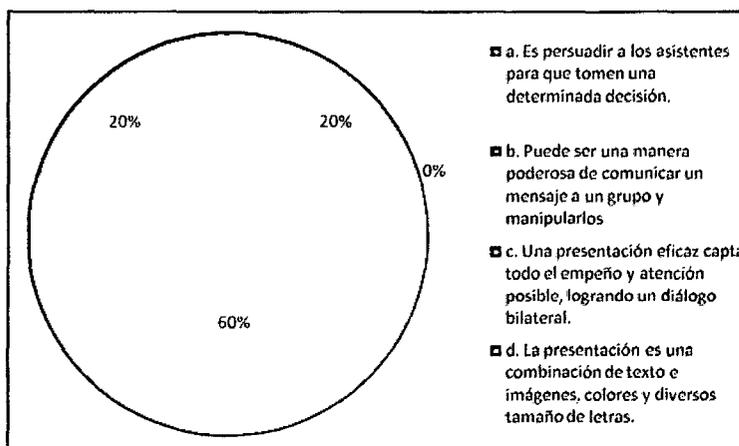
GRÁFICO N° 20: Encuestados según Sexo.



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Como se puede observar en este gráfico del 100% de los encuestados, el 60% son de sexo Femenino y el 40% de sexo Masculino.

GRÁFICO N° 21: ¿Qué es para usted una Presentación Eficaz?

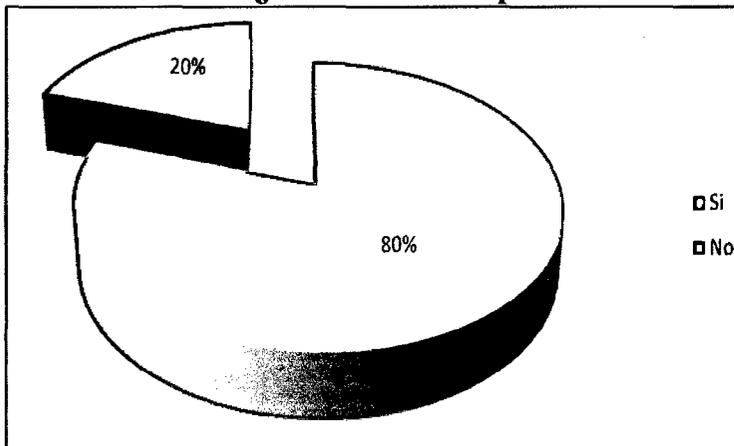


Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados frente a la pregunta ¿Qué es una presentación eficaz?, el 60% opinaron que “Una presentación eficaz capta todo el desempeño y atención posible, logrando un diálogo bilateral”; el 20% la define como “La presentación es una combinación de textos e

imágenes, colores y diversos tamaños de letras”, el otro 20% como “Es persuadir a los asistentes para que tomen una determinada decisión”.

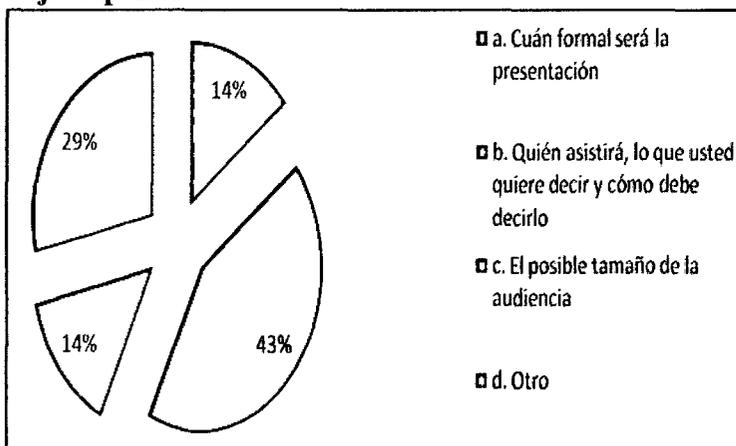
**GRÁFICO N° 22: ¿Diseña usted sus presentaciones?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, se puede observar que el 80% Si diseñan sus presentaciones y el 20% respondieron que No diseñan sus presentaciones.

**GRÁFICO N° 23: Según su criterio el medio de presentación que elija depende de:**



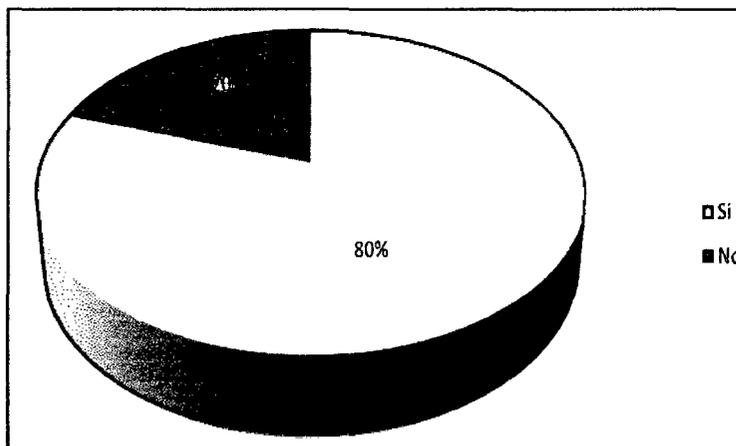
Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Otro (especificar):

➡ El público siempre importa.

Del 100% de los encuestados, el 43% respondió que el medio de presentación que elija depende de “Quien asistirá, que debe decir y cómo lo debe decir”; el 29% el público es lo que más importa; el 14% “Cuan formal será la presentación”; y finalmente el 14% restante “El posible tamaño de la audiencia”.

### GRÁFICO N° 24: ¿Define usted el objetivo de su presentación?



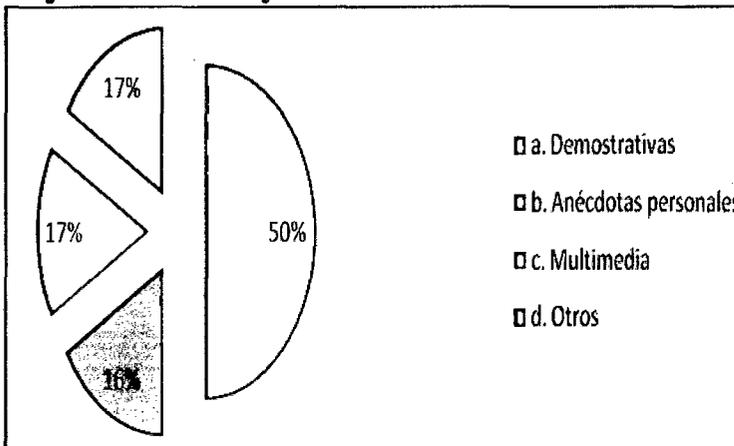
Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

¿Por qué?:

- ➡ Se debe llegar a un resultado.
- ➡ Para medir si se ha llegado al auditorium.
- ➡ De acuerdo a lo que se pretende alcanzar.
- ➡ Es el punto inicial para que al final sirva para la evaluación si se logró o no el objetivo.

Según este gráfico se puede observar que del 100% de encuestados, el 80% Si define el objetivo de su presentación; y el 20% No lo hace.

**GRÁFICO N° 25: ¿Qué técnicas de presentación podrían captar mejor la atención y transmitir sus ideas más eficazmente?**



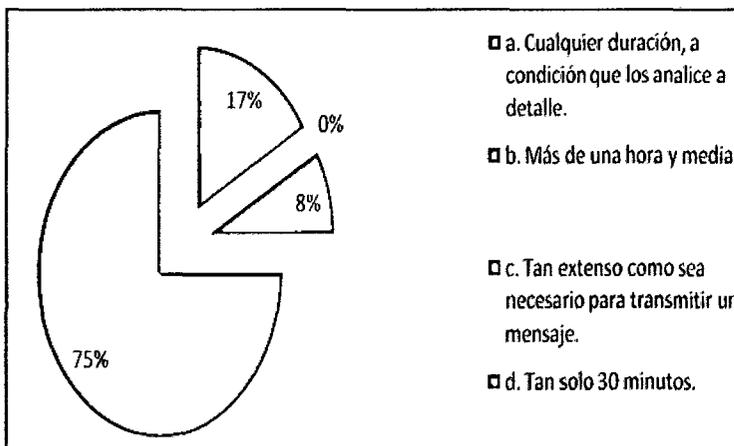
Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Otros:

➡ Mixtas, todas juntas.

Como se puede observar en este gráfico, del 100% de encuestados el 50% opina que las técnicas de presentación que podrían captar mejor la atención del público serán las “Demostrativas”; el 17% creen que “Multimedia”; el 16% “Anécdotas personales” y el otro 17% opinan que lo ideal sería todas juntas, de una manera mixta.

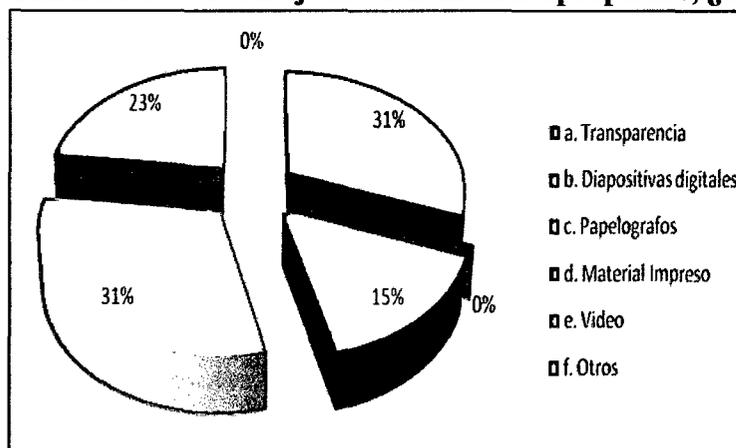
**GRÁFICO N° 26: Según su criterio, ¿Cuánto tiempo debería durar una presentación en temas turísticos?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

De este grafico se puede obtener la información que del 100% de los encuestados, el 75% opina que el tiempo que debe durar una presentación sobre temas turísticos, es de “Tan solo 30 minutos”; el 17% “Cualquier duración, a condición que los analice a detalle”; y el 8% “Tan extenso como sea necesario para transmitir un mensaje”.

**GRÁFICO N° 27: Elije usted lo medios apropiados, ¿Cuáles?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Otro (especificar):

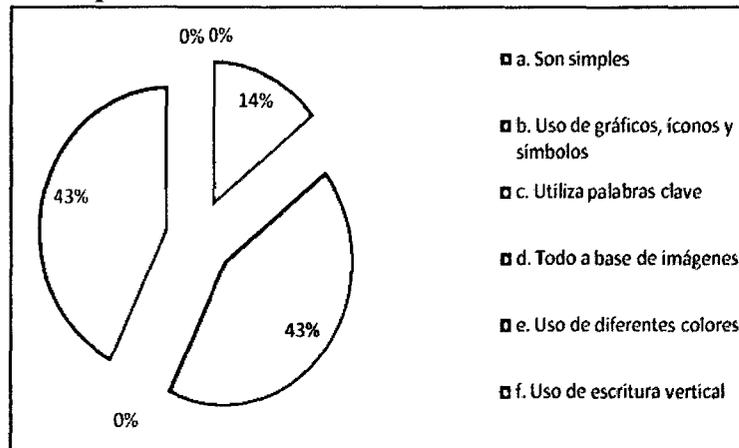
⇒ Pizarra.

¿Por qué?:

⇒ Se adecuan en situaciones formales e informales.

Del 100% de los encuestados frente a la interrogante, respondió que el 31% los medios apropiados que utiliza son las “Diapositivas digitales” y “Videos”; el 23% “Otros (pizarra)”; y el 15% utiliza “Material impreso”.

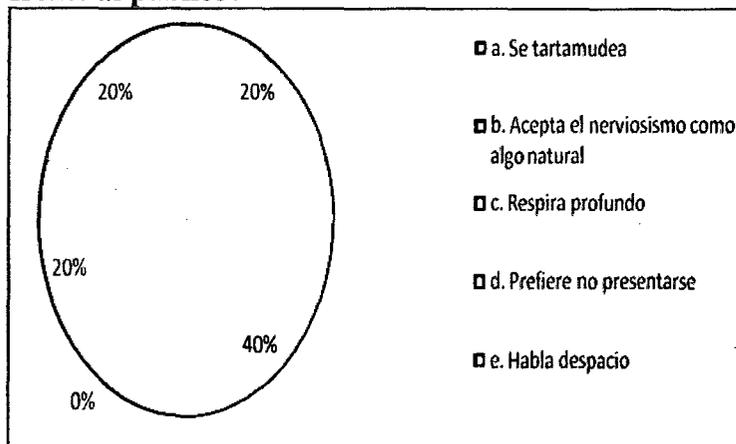
**GRÁFICO N° 28: ¿Cuándo considera usted que un apoyo visual es eficaz para realizar su clase?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

De los 100% de encuestados, el 43% considera que un apoyo visual es eficaz para sus clases cuando, “hace uso de gráficos, íconos y símbolos”; el otro 43% “Todo a base de imágenes”; y el 14% restante cuando “Son simples”.

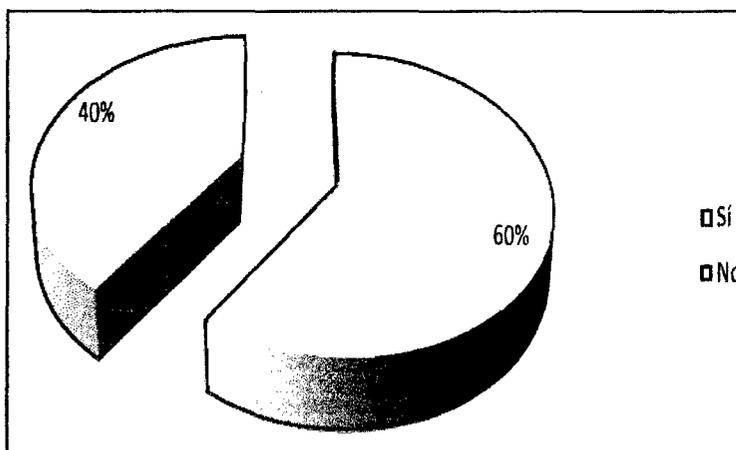
**GRÁFICO N° 29: ¿Qué actitud adopta usted cuando está nervioso frente al público?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Como se observa en este gráfico, el 40% de los encuestados cuando está nervioso, “Acepta el nerviosismo como algo natural”; y el 20% “Se tartamudea”, otros 20% “Hablan despacio”, y otros 20% “Prefieren no presentarse”.

### GRÁFICO N° 30: ¿Realiza usted una evaluación después de su presentación?



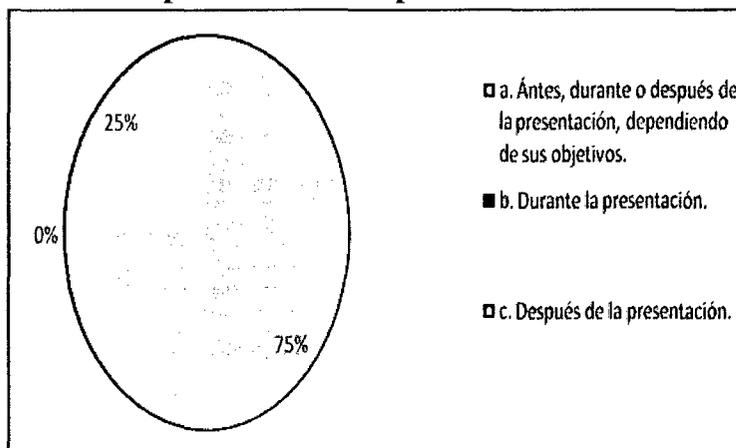
Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

¿Por qué?:

- ⇒ Evaluación oral permanente, es pertinente verificar lo impartido.
- ⇒ Para medir el logro de sus objetivos.
- ⇒ Para mejorar.
- ⇒ Para poder medir los puntos positivos y negativos y considerar para posterior.

Según se puede observar en este gráfico, el 60% de los profesores de turismo encuestados Si hacen una evaluación al final de sus presentaciones, y el 40% de estos No hacen una evaluación después de sus presentaciones.

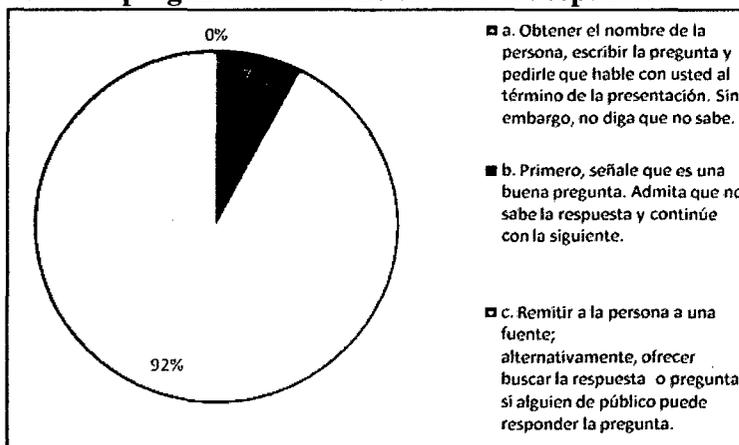
**GRÁFICO N° 31: ¿Cuál es el momento adecuado para entregar material impreso durante su presentación?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

De este gráfico se puede obtener la siguiente información: el 75% opina que el momento adecuado para entregar material impreso es “Antes, durante y después de la presentación dependiendo de sus objetivos”; el 25% restante “Después de la presentación”, para no interrumpir.

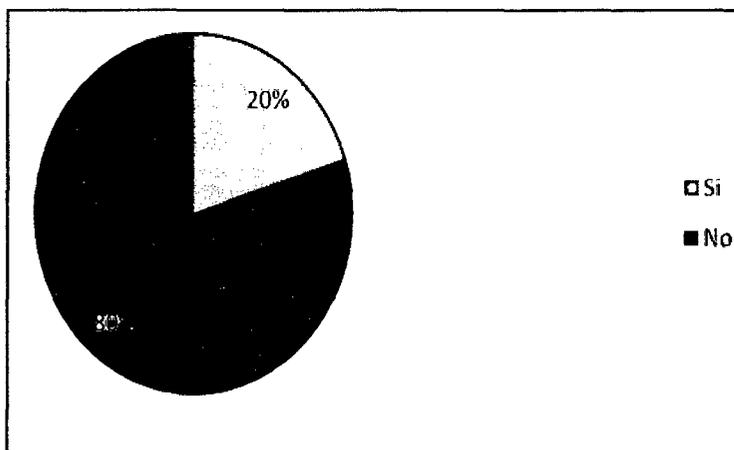
**GRÁFICO N° 32: ¿Cuál cree usted es la forma más eficaz de lidiar con una pregunta cuando no se sabe la respuesta?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 92% afirma que cuando no se sabe la respuesta de una pregunta en medio de sus presentaciones, la manera más correcta es la alternativa “c”; el 8% restante opina que es la alternativa “b”.

### GRÁFICO N° 33: ¿Cree usted que las presentaciones que se realizan en el sector turismo en la ciudad de Chachapoyas son eficaces?



Fuente: Encuesta.

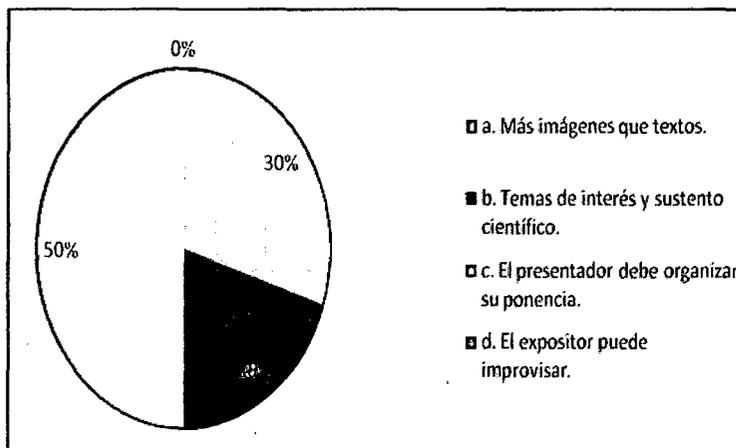
Elaboración propia.

#### ¿Por qué?

- Falta criterio técnico.
- La mayoría, los que hemos participado hemos utilizado mucho la experiencia y mostrado material gráfico e imágenes reales.
- La gente generalmente no aplica lo aprendido.
- Algunos sí, en la minoría no, pues no enfocan su segmento.

Con relación a esta pregunta, el 80% de los encuestados afirma que No y el 20% restante que Si, son eficaces las presentaciones que se realizan en la ciudad de Chachapoyas en el sector turismo.

**GRÁFICO N° 34: Según su criterio, ¿Cómo deberían ser las presentaciones?**

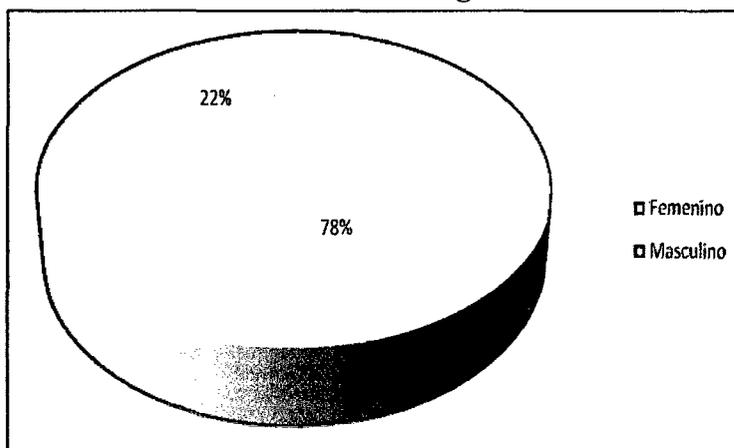


Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

Frente a esta interrogante el 50% de los encuestados opina que “El presentador debe organizar su ponencia”; el 30% que las presentaciones deberían ser “Más imágenes que textos”; el 20% restante “El tema debe ser de interés y sustento científico”.

**4.1.3 Encuesta realizada a los estudiantes de turismo de la UNTRM –A.  
GRÁFICO N° 35: Encuestados según Sexo.**

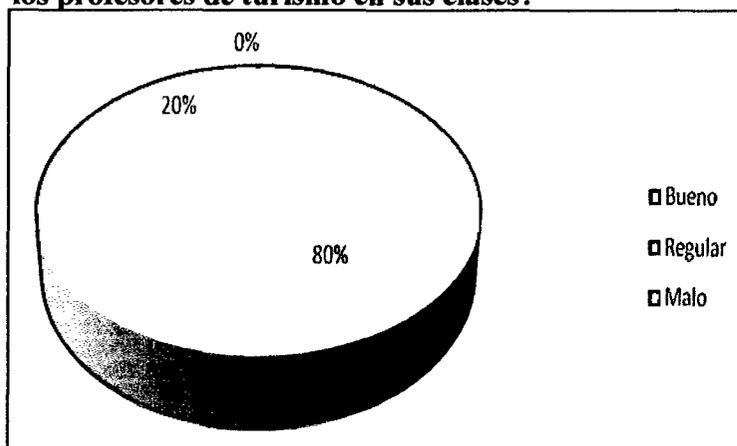


Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Según este gráfico se puede observar que de 100% de estudiantes encuestados, el 78% son de sexo Femenino, y el 22% Masculino.

De las clases y presentaciones que en ella realizan los docentes de turismo.

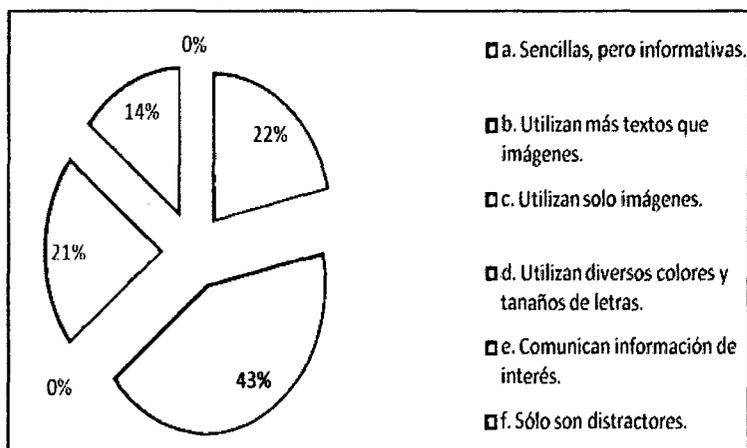
**GRÁFICO N° 36 ¿Cómo evalúa usted las presentaciones que realizan los profesores de turismo en sus clases?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Del 100% de estudiante de la carrera profesional de Turismo y Administración, el 80% evalúa que las presentaciones que realizan los profesionales de turismo en sus clases, están en un nivel “Regular”; los 20% restantes opinan que son “Malas” las presentaciones.

### GRÁFICO N° 37: las presentaciones que realizan los docentes de turismo en sus clases son:

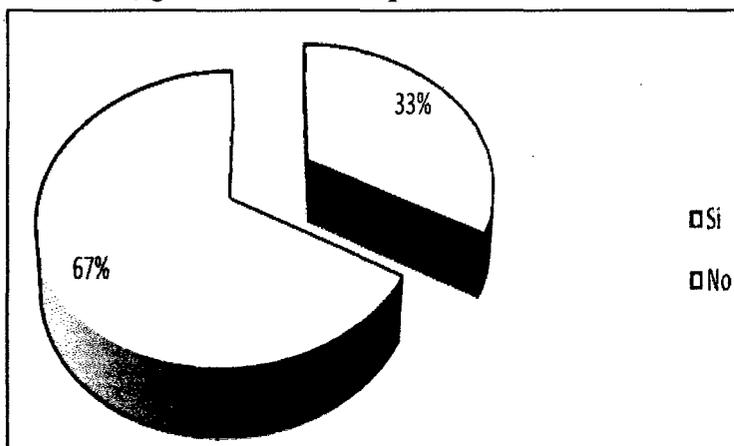


Fuente: Encuesta.

Elaboración propia

Como se puede observar en este gráfico, el 43% opino que las presentaciones de los docentes de turismo son “Más textos que imágenes”; el 22% “Sencillas”, el 21% “Utilizan diversos colores y tamaños de letras”; y el 14% restante “Comunican información de interés”.

**GRÁFICO N° 38: las técnicas que utilizan los docentes para explicar sus clases, ¿considera usted que son eficaces?**



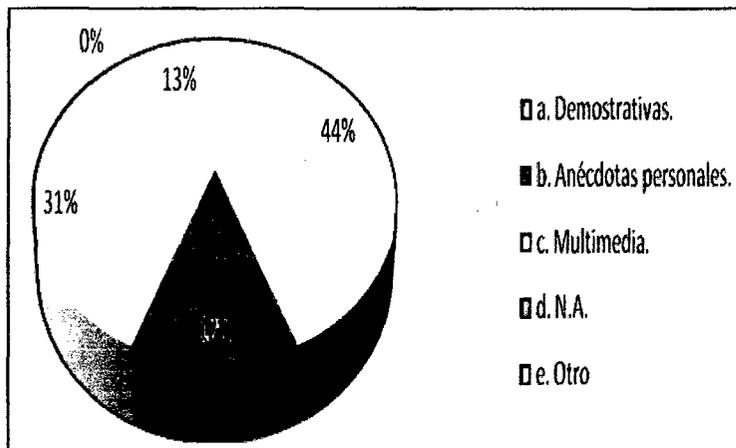
Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

¿Por qué?:

- ⇒ Las falta más investigación para brindarnos información actualizada y así nosotros podamos interesarnos más.
- ⇒ Al insertar textos en su mayoría se dedican a leerlo, sin ni siquiera prepararse para sustentar su tema.
- ⇒ Llenan las diapositivas de texto y esto se torna aburrido, y por ende no llega el mensaje al estudiante.
- ⇒ A pesar que tienen conocimientos sobre su curso, son pocos los que saben expresarse bien y por ende ser comprensibles.

Del 100% de los estudiantes encuestados, el 67% de los encuestados opinan que las técnicas que utilizan los docentes No son eficaces; y el 33% restante que Si son eficaces.

**GRÁFICO N° 39: ¿Qué técnicas de presentación considera usted que deberían utilizar los docentes, para captar mejor su atención y transmitir sus ideas más eficazmente?**



Fuente: Encuesta.

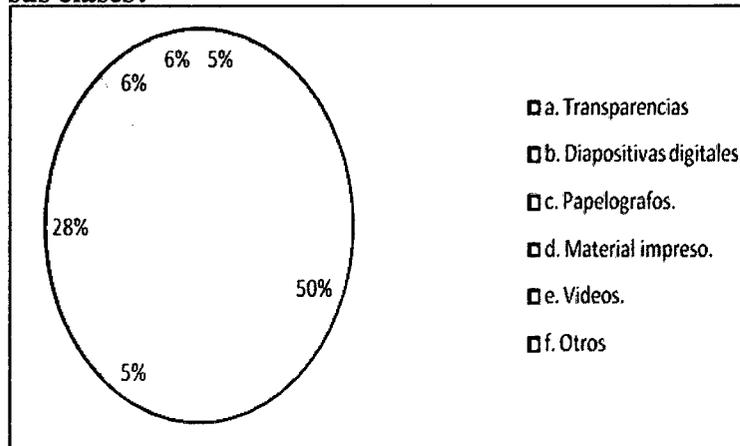
Elaboración propia.

Otro (especificar):

- ➡ No hacer solo teoría, mostrar la realidad de otros lugares y compararlos.
- ➡ Audiovisuales (no leer solamente) si no explicar por medio de ejemplos.

Frente a esa interrogante del 100% de los encuestados, el 44% elijo la alternativa “Demostrativas”; el 31% “Multimedia”; el 13% “Otros” y el 12% restante “Anécdotas personales”.

**GRÁFICO N° 40: ¿Qué medios utilizan los docentes para presentar sus clases?**



Fuente: Encuesta.

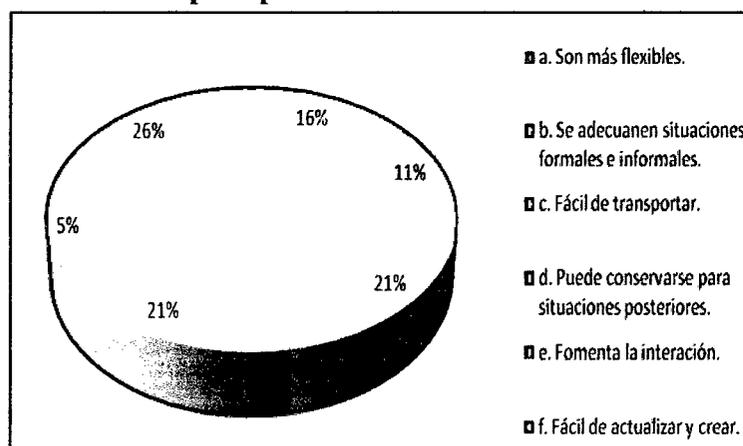
Elaboración propia.

Otros (especificar):

⇒ Exposiciones.

Del 100% de los encuestados, el 50% opina que los medios que utilizan los docentes para presentar sus clases son “Diapositivas”; el 28% utiliza “Material impreso”; el 6% “Videos”; otro 6% otros como “Exposiciones”; y el 5% “Transparencias”.

**GRÁFICO N° 41: ¿Por qué considera usted que los docentes utilizan estos medios para presentar sus clases?**



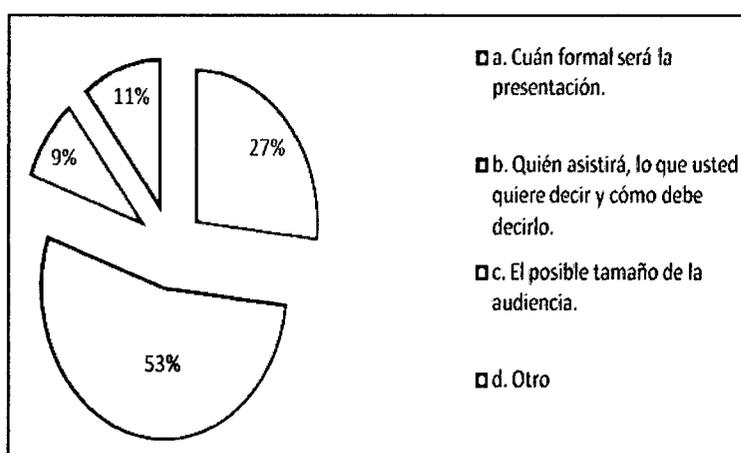
Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

Según este gráfico se puede observar que del 100% de encuestados, el 26% eligió la alternativa “f”, el 21% la alternativa “d”; otro 21% la alternativa “c”; el 16% la alternativa “a”, el 11% la alternativa “b”; y tan solo el 5% de los encuestados eligieron la alternativa “e”.

Su criterio como futuro profesional

**GRÁFICO N° 42: según su criterio el medio de presentación que elija dependerá de:**



Fuente: Encuesta.

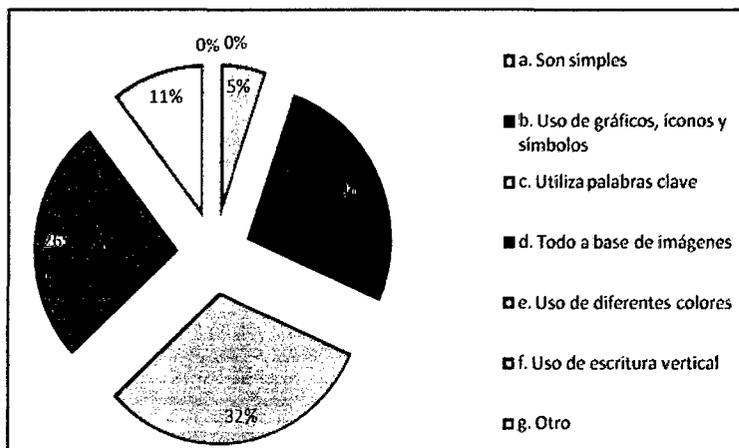
Elaboración propia.

Otro (especificar):

- La preparación en el tema.

Como se puede observar en este gráfico, el 53% de los encuestados opina que el medio de presentación que elija depende de alternativa “b”; el 27% alternativa “a”; el 11% alternativa “d”; y el 9% restante alternativa “c”.

**GRÁFICO N° 43: ¿Cuándo considera usted que un apoyo visual es eficaz?**



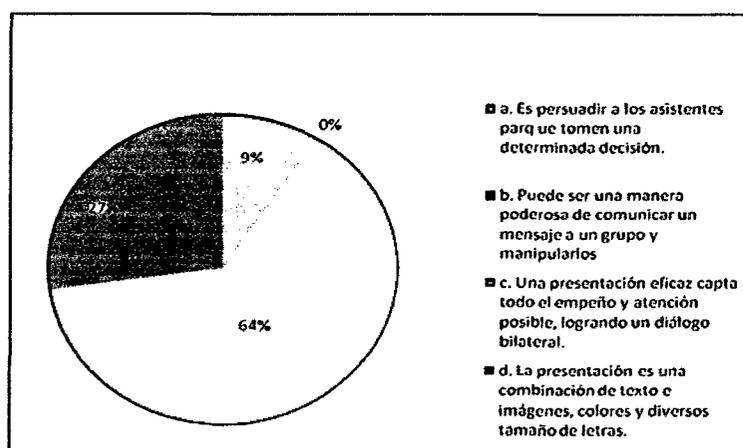
Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Otro (especificar):

➔ Palabras claves acompañadas de imágenes.

Del 100% de los encuestados, el 32% consideran que un apoyo visual es eficaz cuando “Utiliza palabras clave”; 26% cuando “Todo es a base de imágenes”; otros 26% cuando “Usa gráficos, íconos y símbolos”; el 11% “Uso de diferentes colores”; y el 5% restante cuando “Son simples”.

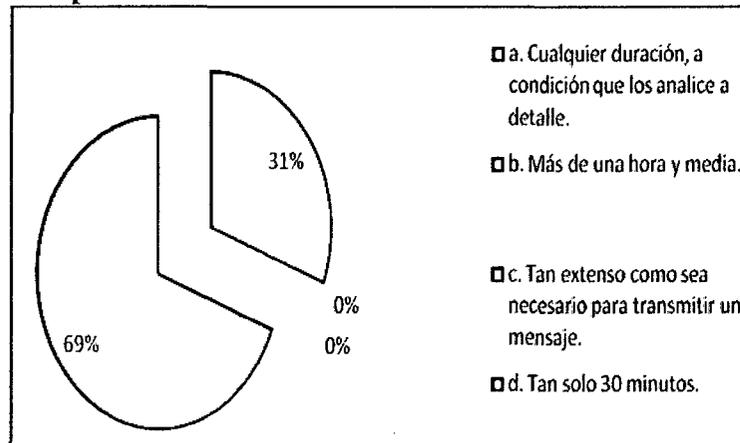
**GRÁFICO N° 44: ¿Qué es usted una “presentación eficaz”?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Del 100% de encuestados frente a la pregunta ¿Qué es una presentación eficaz?, el 64% opto por la alternativa “c”; el 27% por la alternativa “d”; el 9% restante por la alternativa “a”.

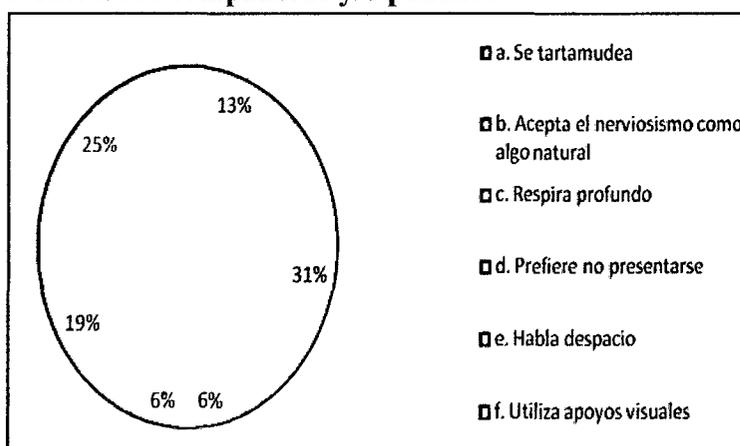
**GRÁFICO N° 45: según su criterio, ¿Cuánto tiempo debería durar una presentación en temas turísticos?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Según este gráfico del 100% de los encuestados, frente a esta pregunta el 69% opto por la alternativa “c”; y el 31% por la alternativa “d”.

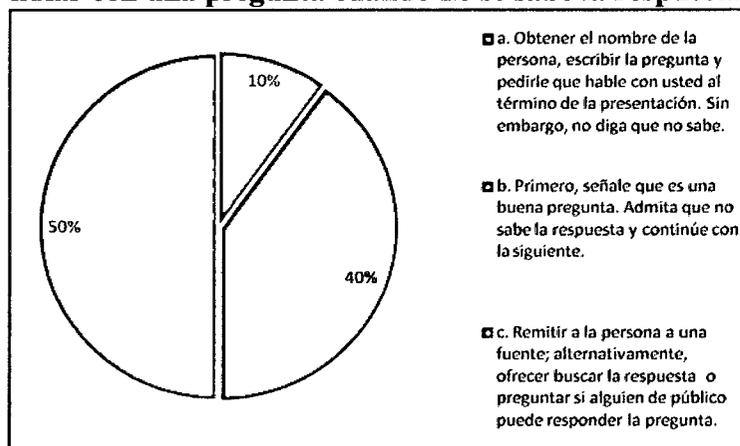
**GRÁFICO N° 46: ¿Qué actitud adopta usted cuando está nervioso frente a sus compañeros y/o público?**



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Del 100% de los encuestados, el 31% “Acepta el nerviosismo como algo natural”; el 25% “Utiliza apoyos visuales”; el 19% “Habla despacio”; el 13% “Se tartamudea”; el 6% “Respira profundo” y el otro 6% “Prefiere no presentarse”.

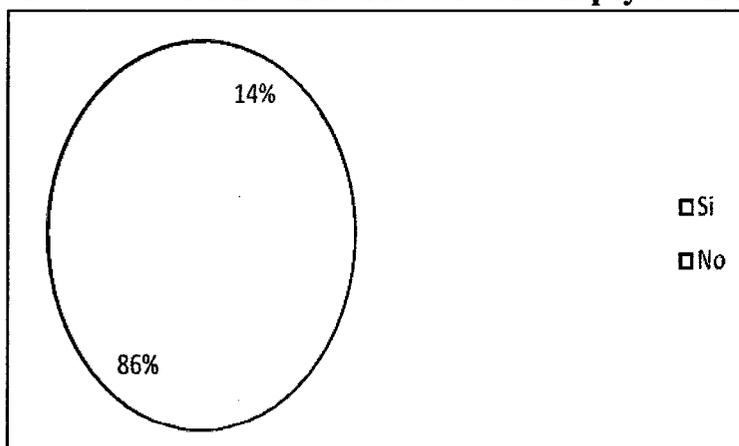
### GRÁFICO N° 47: ¿Cuál cree usted que es la forma más eficaz de lidiar con una pregunta cuando no se sabe la respuesta?



Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

Según este gráfico del 100% de los encuestados, el 50% opina que la actitud que adoptan cuando están nerviosos es la alternativa “c”; el 40% la alternativa “b”; y tan sólo el 10% la alternativa “a”.

### GRÁFICO N° 48: ¿cree usted que las presentaciones que se realizan en el sector turismo en la ciudad de Chachapoyas son eficaces?



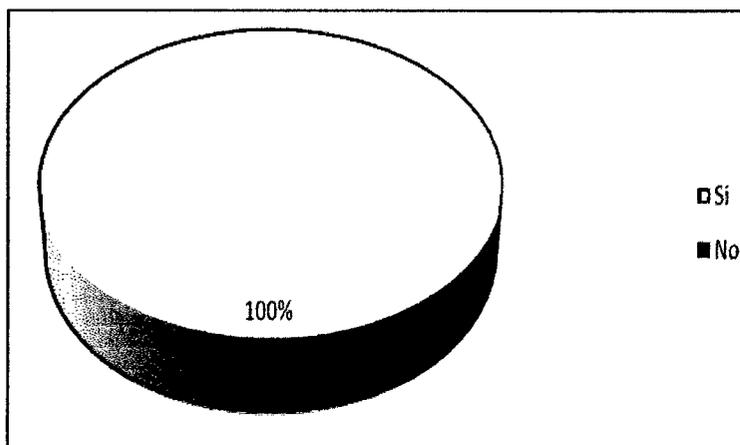
Fuente: Encuesta.  
Elaboración propia.

¿Por qué?

- Depende del expositor, las presentaciones son un complemento.
- Falta más promoción y tratar los temas turísticos más a fondo.
- Aburren al público y no hay algo interesante que los atraiga.
- La mayoría de las informaciones que nos brindan no es actualizada.
- Les falta fomentar un diálogo bilateral con el público objetivo.

Como se puede observar en este gráfico el 86% de los encuestados opinan que las presentaciones que se realizan en la ciudad de Chachapoyas en el sector turismo No son eficaces; y el 14% afirman que Si son eficaces.

**GRÁFICO N° 49: ¿cree usted que se deba elaborar un manual para la correcta comunicación a través de presentaciones eficaces en el sector turismo?**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

¿Por qué?:

- Sería de gran importancia para realizar futuras presentaciones.

- Mediante este manual nos permitirá comprender mejor los temas desarrollados en clase y por ende los estudiantes prestaremos más atención.
- De una manera u otra nos ayudan a incrementar la calidad del servicio.
- Las técnicas y métodos descritos en el manual serán información real y verídica que se cumpla en la realidad.

Como se puede observar en este gráfico, el 100% de los encuestados opinan que es importante la elaboración de un manual para la correcta comunicación a través de las presentaciones eficaces. Por lo mencionado anteriormente.

**4.2. Entrevistas realizadas a funcionarios del sector turístico.**

**Entrevista de opinión para conocer como organizan sus presentaciones los profesionales involucrados con la actividad turística.**

**ENTREVISTA N° 01**

Entrevistado: Jaime Escobedo Director Regional de Comercio Exterior y Turismo – Amazonas.

Entrevistadores: Yesenia Collazos Portocarrero y Evelin Dianela Asenjo Muro.

**1.- ¿Realiza usted presentaciones?**

Sí.

**2.- ¿Qué es una presentación eficaz?**

Es una exposición consiente, alturada con mucho conocimiento del tema para que los que están en el auditorium puedan analizar, comprender y aprender.

**3.- ¿Cómo realizaría usted una presentación eficaz?**

Realizamos un plan de trabajo, haciendo convocatorias a instituciones privadas, publicas, población y estudiantes a través de los medios de comunicación y documentos, ubicamos el lugar donde se va a desarrollar la presentación, utilizando medios como power point , videos, imágenes ,acompañados de literaturas, folletos esto para que tengan una idea de la exposición, se busca que esta presentación sea participativa, dinámica , motivada.

Un saludo cordial como una presentación preliminar en lo cual digo que actividades realizo dentro del sector para motivarlos para identificarnos quienes somos que desarrollamos que es la actividad netamente que realizamos como sector para luego de ello centramos en un tema específico como por ejemplo si hablamos de conciencia turística.

#### **4.- ¿Qué medios utiliza para realizar sus presentaciones eficaces?**

Folletos, proyector, PowerPoint, láminas, fotografías, videos y alguna literatura.

#### **5.- Cree usted que en la ciudad de Chachapoyas en el sector turístico se realiza presentaciones eficaces? ¿Por qué?**

Si por supuesto hay conocedores del tema llámense egresados o licenciados en turismo personas que tienen el pleno conocimiento del que hacer turístico por ejemplo tomando el tema de guiado hay profesionales que conocen mucho del tema y desarrollan muy bien el tema logrando así que las personas que están presentes capten y que mejor cuando complementa la parte teórica con la práctica haciendo uso de las herramientas antes mencionadas.

#### **6.- ¿Considera usted importante la elaboración de un manual para la correcta comunicación a través de las presentaciones eficaces, en el sector turístico?**

Si es una idea muy interesante que nos va a servir como sector y a muchas instituciones vinculadas al turismo así como municipalidades, INC, ONG, que están vinculadas en este sector, pues desarrollar y hacer un marco orientador que nos tenemos que guiar de la mejor forma y creo que una matriz para seguir estos lineamientos.

**7.- ¿Según su criterio que incluiría en este manual?**

A mi criterio en este manual debe estar la forma como un funcionario o alguien vinculado al sector tiene que presentar algunas polaridades al expresarse en el público que expresión corporal, movimientos debe utilizar que herramientas debe utilizar, por ejemplo en el caso si es un proyector o no es vinculado al tema, así por el estilo con otras herramientas como algunos textos y la parte que tiene que motivar a los interesados y las dinámicas que son muy importantes para que los interesados no se sientan cansados o sea monótono sino lograr la participación de todos.

**8.- ¿Qué temas presenta con frecuencia?**

Son temas de guiados, las buenas prácticas en alimentación, hospedaje y nuestro tema netamente conciencia turística y lo fuerte que hacemos es promoción turística a través de los diversos medios de comunicación y las presentaciones sobre el que hacer turístico difundir más los atractivos de nuestra región y sean conocidos no solo a nivel regional, nacional sino también a nivel mundial.

**ENTREVISTA N° 02**

Entrevistado: Elizabeth Terán Reátegui encargada de la cooperación Alemana.

Entrevistador: Yesenia Collazos Portocarrero y Evelin Dianela Asenjo Muro.

**1.- ¿realiza usted presentaciones?**

Sí.

**2.- ¿Qué es para usted una “presentación eficaz”?**

Para mí definitivamente es saber llegar al público objetivo o al público al que estas dirigiendo tu presentación y para ello pues tienes que utilizar el lenguaje adecuado de acuerdo a las características del público que te está escuchando sobre todo transmitir el mensaje principal de tu charla o presentación para ello tienes que hacer toda una presentación previa y saber que público te va escuchar.

**3.- ¿Cómo realizaría usted una presentación eficaz?**

Me gusta apoyarme de imágenes cuando puedo y cuando no utilizo simplemente palabras dirigiéndome al público con un lenguaje adecuado por ejemplo cuando trabajamos con comunidades transmitirlo con un lenguaje más sencillo, tratar de transmitir los conceptos técnicos con un lenguaje que ellos te puedan entender.

Si es para un público profesional o de la especialidad también utilizar un lenguaje adecuado llevar una presentación apoyada en datos estadísticos en encuestas que puedan respaldar más su presentación.

**4.- ¿Qué medios utiliza usted cuando realiza sus presentaciones?**

El lenguaje escrito básicamente los ejemplos me gusta mucho apoyarme en los gráficos, imágenes porque creo que es una forma de lograr reforzar lo que estás diciendo con la palabra a través de las imágenes.

**5.- ¿Cree usted que en la ciudad de Chachapoyas en el sector turístico se realiza presentaciones eficaces? ¿Por qué?**

He asistido a muchas presentaciones en Chachapoyas generalmente yo creo quizás nos falta saber utilizar mejor el PowerPoint que es una herramienta muy eficaz pero a veces el PowerPoint se llenan de letra que al final el profesional o el que está exponiendo simplemente termina

leyendo lo que dice el PowerPoint y eso es sumamente aburrido y también con esos PowerPoint se reparten separatas y a veces muy aburrido porque en la separata dice lo mismo que está diciendo el profesional yo pienso que el PowerPoint simplemente debe ser un apoyo al profesional ahí colocar las palabras o frases claves más imágenes, cuadros estadísticos para que puedas reforzar lo que estás hablando yo creo que nos falta un poco más entrenamiento a la utilización de PowerPoint para utilizarlo adecuadamente.

**6.- ¿Considera usted importante la elaboración de un manual para la correcta comunicación a través de presentaciones eficaces, en el sector turismo?**

Yo creo que si es importante porque podría dar una serie de herramientas para hacer mejores presentaciones y de esa manera poder llegar al público objetivo conseguir el objetivo que busca una presentación, una charla de capacitación, una charla de orientación yo creo que si sería necesario tener un manual donde se vea las pautas básicas aunque siempre el expositor tiene que estar preparado está bien que tenga un manual que te pueda dar pautas orientaciones para tus presentaciones pero es también importante la experiencia o el impertis del expositor para que definitivamente la charla aparte de ser amena también la charla consiga el objetivo de llegar al público.

**7.- ¿Según su criterio, que incluiría en este manual?**

En este manual básicamente es importante incidir en el tema del PowerPoint porque no solamente en el sector turístico la multimedia ahora, el uso de las herramientas la tecnología de comunicación con las computadoras, las series de herramientas los audiovisuales están ahora muy de moda no solo en el sector turismo sino en todos los sectores todo

el mundo utiliza el PowerPoint pero lamentablemente lo utilizamos generalmente mal lo llenamos el PowerPoint de cantidad de letras conceptos y definitivamente lo que hace la persona que expone es ponerse a leer yo creo que debe haber toda una orientación para saber usar adecuadamente por ejemplo el tema de PowerPoint también utilizar una serie de herramientas combinadas no solamente el PowerPoint sino también utilizar sonidos , videos , fotografías , encuestas, lecturas que pueden reforzar durante tu presentación que sean impactantes y que puedan reforzar una presentación pero todo eso merece toda una preparación entonces yo creo que tener un manual sería una herramienta muy novedosa, interesante que no solo serviría para el sector turístico sino también para todos los sectores si es necesario dado la importancia que tiene ahora la comunicación.

### **8.- ¿Qué temas presenta con frecuencia?**

Con frecuencia presento temas conservación, medio ambiente, biodiversidad, turismo.

### **ENTREVISTA N° 03**

Entrevistado: Per Jonas Kliesow Asesor en Desarrollo Turístico.

Entrevistador: Yesenia Collazos Portocarrero y Evelin Dianela Asenjo Muro.

### **1.- ¿Realiza usted presentaciones?**

Sí.

### **2.- ¿Qué es para usted una “presentación eficaz”?**

Es donde la gente no se duerma, donde la gente este con ganas, participando lleve algo eso no significa que uno aprenda cien por ciento

lo que uno trata de transmitir sino más bien el grupo meta la gente que asiste a las capacitaciones, presentaciones salga contenta satisfecha y ojala haber aprendido algo.

### **3.- ¿Cómo realizaría usted una presentación eficaz?**

Bueno eso siempre depende mucho del público de la gente con la cual haces los talleres de su grado de conocimiento del tema bueno de su circunstancia si trabaja en un ámbito más urbano o un ámbito más rural creo que lo más importante enfocarse saber la verdad de pensar lo que quiere transmitir quien es su grupo meta para que lo quiere no ponerse uno mismo en el centro del asunto sino vincularse mucho con el público que experiencias ya tienen no puedes dar la misma charla porque existen circunstancias diferentes porqué la gente tiene otro nivel de educación tiene otro nivel de experiencia entonces es muy importante que la gente no se aburra por un lado y por el otro lado que la cosa no sea tan sofisticada entonces creo que la cosa más importante es enfocarse en su público y la otra cosa es utilizar diferentes metodologías de no estar todo el rato en el PowerPoint o usar puro papelotes involucrar al público y tratar de hacer u poco dinámico yendo al grano no extenderse mucho.

### **4.- ¿Qué medios utiliza usted cuando realiza sus presentaciones?**

No hay corriente no uso PowerPoint también varía a veces con tarjetitas, papelotes también a veces uso PowerPoint, mapas, fotografías y videos.

### **5.- ¿Por qué usa estos medios?**

Eso va a depender de la gente que ahí está escuchando entonces a veces la gente no usa mucho lo que son los textos no puedes venir y repartir hojas con textos con letra muy chiquita entonces tienes que ver qué

forma ellos captan mejor la idea o te pueden seguir en tu tema depende mucho del grupo meta.

**6.- ¿Cree usted que en Chachapoyas, en el sector turismo se realizan presentaciones eficaces? ¿Por qué?**

Bueno creo que una presentación no puede ser cien por ciento eficaz pero tampoco pueden ser cien por ciento ineficaz ambos casos muy difíciles la cosa es aproximarse ir mejorando y también ir mejorando uno mismo no siempre usar el mismo esquema una vez ya tienes tu esquema es mucho más fácil hacer tu réplica la próxima vez cuesta menos trabajo menos tiempo y bueno creo que no solo en turismo sino en muchos temas aquí en muchas circunstancias se usa todavía el PowerPoint y a veces también de una manera no muy profesional por decirlo así, poner mucha letra, letra muy pequeña el PowerPoint no es una cosa que se muestra todo el contenido sino que supuestamente es un medio que te apoya en tu discurso entonces creo que aquí todavía la gente está muy enfocada en el PowerPoint y creo que todos podemos mejorar en ese tema.

**7.- ¿Considera usted importante la elaboración de un manual para la correcta comunicación a través de presentaciones eficaces, en el sector turismo?**

Bueno claro que sí y que es una ayuda y que es importante tener un manual aquí, no solamente debería ser vinculado al turismo porque las técnicas de moderación de comunicación de flujo de información no dependen del tema tu puedes usar las mismas metodologías o medios para diferentes temas, pero sí creo que es importante y un manual así se puede distribuir entonces hay gente que trabaja en el ámbito puede buscar insumos, ideas para mejorar sus técnicas de moderación pero creo que es

una cosa más general que no tiene que ir vinculada cien por ciento al turismo.

### **8.- ¿Según su criterio, que incluiría en este manual?**

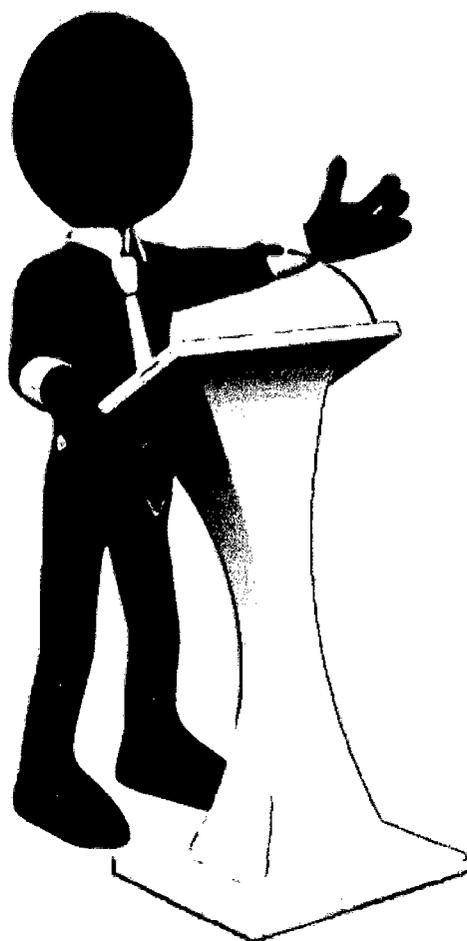
Incluiría una parte introductoria, mencionaría el fin del porque se hace porque se ha visto algunas faltas, deficiencias o algunos aspectos que se pueda mejorar entonces estructurar un poco los tres pasos de un taller que es la preparación si estas solo en tu oficina u en un grupo a mi por lo general me gusta mucho preparar talleres en grupo porque te abre mucho la mente si estas en grupo tienes varias opiniones, aspectos entonces es un momento muy fructífero en este manual en mi idea debería ir estos tres pasos: la preparación del taller el segundo que es la ejecución del taller o hacer el taller el tercero evaluar un poco como nos ha ido que podemos mejorar que ha sido bueno y lo que e mencionado vincularse mucho a lo que es el grupo meta que es lo que quiero transmitir como que son las circunstancias bajo las cuales voy a trabajar y dé repente otro capítulo podría ir nombres de todas las técnicas que hay unos insumos sobre por ejemplo juegos rasca hielos, técnicas de moderación entonces para cada medio que usas puede ir recomendaciones , si usas tarjetas solamente una idea en una tarjeta no más de tres líneas y si usas el PowerPoint no cargarlo mucho y eso sería otro capítulo que presentas una metodología y medios de comunicación y las recomendaciones.

### **9.- ¿Qué temas presenta con frecuencia?**

Bueno como asesor de la DIRCETUR hablo mucho de turismo temas de capacitación en servicios turísticos, desarrollo institucional y fortalecer gremios.

**4.3. Elaboración del Manual para la correcta comunicación a través de presentaciones eficaces, en el sector turismo – Chachapoyas 2011.**

**Manual para la correcta comunicación a través de presentaciones eficaces, en el sector turismo.**



**AUTORES:**

- **Evelin Dianela Asenjo Muro.**
- **Yesenia Collazos Portocarrero.**

### INTRODUCCION

En los tiempos que nos encontramos, donde las noticias y los datos que recibimos son abrumadores, es muy importante establecer las condiciones necesarias para realizar una buena comunicación, procurando que la información que queremos transmitir a nuestros receptores llegue de manera clara y concisa, evitando cualquier clase de obstáculo o interferencia en la misma. La elaboración de un manual para la correcta comunicación será la herramienta clave que nos permita alcanzar los niveles óptimos de entendimiento, cooperación y coordinación dentro del sector turístico.

La comunicación es una herramienta básica sobre la cual se asientan las relaciones sociales y laborales que se establecen entre los distintos miembros de sector turístico, es importante transmitir el flujo de información necesaria y precisa, sin lagunas, pero también sin excesos, para ser eficientes y obtener así, el máximo resultado, y realizar así presentaciones eficaces.

Por ello es de gran ayuda la elaboración de este manual si partimos del término “**presentación**” que es: hacer manifestación de algo, ponerlo a la presencia de alguien; es dar a conocer a alguien o algo, conocer a profundidad un determinado tema.

La presentación va a depender de dos acciones principales para lograr su éxito. Una de ellas consiste en intentar hacer, que es previa en intentar en el cual elaboramos el contenido de la información que queremos transmitir, y otra trata de dar, que consiste en exponer y hacer llegar esa información a nuestros interlocutores del sector turismo y afines.

Lo mencionado anteriormente no es suficiente para conseguir una presentación eficaz, para lo cual hemos de utilizar las herramientas y técnicas de comunicación que mejor hagan llegar el contenido de información que queremos transmitir, sin alteraciones, pérdidas ni distorsiones, de forma más fiel a nuestros receptores. Solo de esta forma obtendremos el efecto que deseamos que produzca la comunicación, habiendo realizado una **correcta comunicación a través de presentaciones eficaces en el sector turismo.**

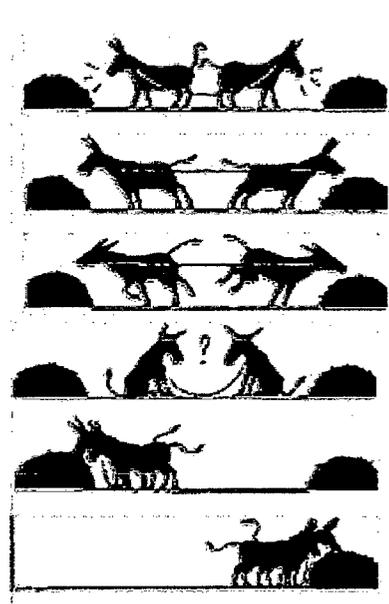
Así podemos establecer fundamentos para realizar una presentación eficaz en el sector turístico.

### Reglas:

- Transmitir con claridad y convicción las ideas que queremos expresar.
- Ser capaces de contrastar nuestras imágenes con las de los demás.
- Buscar y utilizar las técnicas adecuadas y útiles de comunicación para la exposición de los contenidos en cada caso concreto.
- Conocer y explotar las habilidades personales para llevar a cabo presentaciones eficaces en temas turísticos y afines.

### Objetivos:

- Reconocer la importancia de la comunicación a través de presentaciones eficaces en el sector turismo.

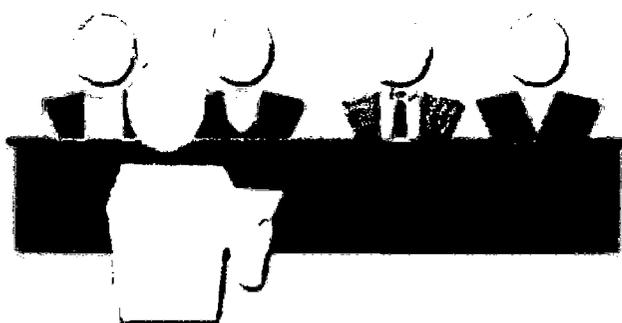


- ➔ Definir la finalidad de nuestras presentaciones.
- ➔ Identificar y conocer los diferentes tipos de presentación.
- ➔ Conocer el proceso que debemos seguir para realizar una presentación, así como también las recomendaciones para realizar una presentación eficaz en el sector turismo.

### **Importancia de las presentaciones eficaces.**

Las exposiciones orales son una gran oportunidad para dar a conocer nuestras ideas, opiniones, proyectos, objetivos, programas, etc., de tal manera preparar y cuidar con esmero la planificación y diseño, ya que sin una correcta presentación, estos conceptos, objetivos y resultados, solo serian argumentos aislados.

Una presentación eficaz en el sector turismo es el hilo conductor de una buena exposición, en la que se trata de destacar y relacionar conceptos e ideas, a la vez mantener, la atención y concentración del público al que queremos transmitir nuestro mensaje. No *sólo* lo que digamos, sino *cómo* lo digamos puede cambiar el sentido de la idea, concepto, problema, proyecto, u objetivo que queremos exponer.

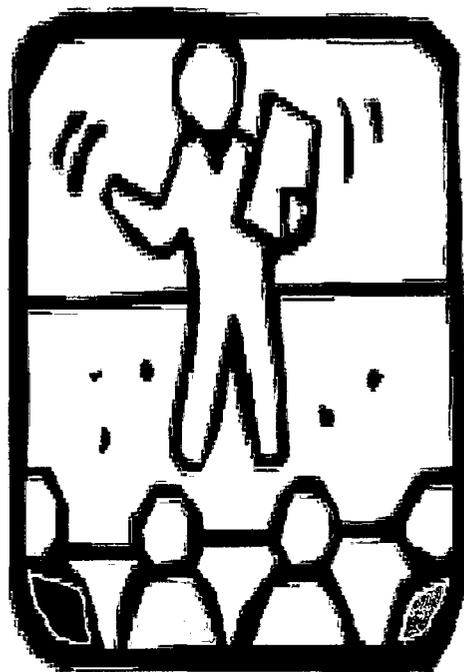


Al elaborar nuestra presentación debemos determinar su finalidad:

- ➔ Informar.
- ➔ Tomar decisiones.
- ➔ Analizar y resolver problemas.
- ➔ Formar y capacitar.
- ➔ Marketing un destino turístico.
- ➔ Propuestas de negocios, etc.

Cuando realizamos una presentación debemos tener un completo dominio de la información que vamos a exponer, solo así podremos alcanzar los resultados deseados y convencer a la audiencia.

También es necesaria una **técnica**, es decir un conjunto de herramientas físicas e intelectuales, que pueden ser innatas a la persona o no, pero que puede aprenderse y reforzarse mediante una preparación adecuada, tratando de conocer y potenciar aquellas habilidades que logren que nuestras presentaciones sean más efectivas y satisfactorias.



Así como presentadores eficaces, debemos tratar de adquirir las destrezas necesarias que nos permitan desarrollarnos como auténticos presentadores expresándonos correctamente.

En las presentaciones debemos trabajar aspectos como: controlar los nervios, cuidar el aspecto físico, utilizar adecuadamente los medios audiovisuales o los medios con los que contemos, haciendo un uso razonable de estos, sin descuidar la comunicación corporal y el uso del tono de voz.

Los nervios son algo que vamos a tener presente durante nuestra presentación lo que debemos hacer es controlarlos lo máximo posible y hacerlo que trabajen a nuestro favor, y sobre todo relajarnos.



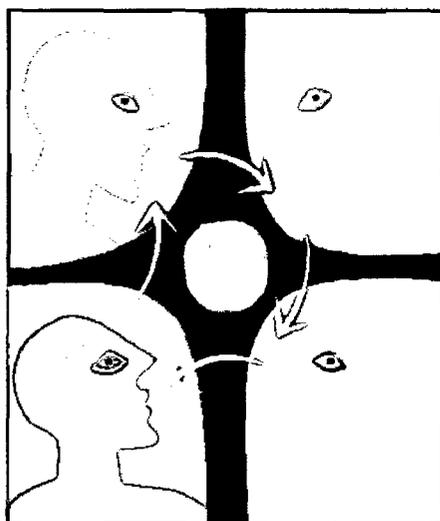
Ante un público, nosotros somos los máximos responsables de captar y mantener su atención, además que sientan curiosidad por el mensaje que les estamos transmitiendo, para ello debemos estar preparados para hablar, y tener en claro lo siguiente:

Comprometernos con los objetivos.

- Vencer nuestros miedos.
- Organizar el tema.
- Conocer a la audiencia.
- La expresión corporal.
- La actitud.

Sin embargo hay un aspecto que no se cita, y que por el contrario, es vital en una buena presentación: El Léxico.

Quien no es capaz de expresarse con fluidez, de conocer y manejar un amplio vocabulario, no será capaz de realizar una presentación eficaz; son las palabras las que nos permiten nombrar los objetos, construir frases, transmitir ideas, y en definitiva, darle forma a todo aquello que queremos expresar.



El saber expresarse con claridad y fluidez en este campo turístico es un punto positivo a nuestro favor para cada uno de nosotros. Es importante leer con frecuencia, corregir alguna de nuestras expresiones y evitar frases hechas. De lo contrario no lograremos con éxito nuestra presentación.

Un discurso no es mejor que otro por ser más extenso, sino que debe ser concreto, conciso y claro de tal manera que sea para el público lo más comprensible posible y que recuerden siempre la ponencia.

### **Tipos de presentación más comunes:**

**Persuasiva.-** Se busca convencer a la audiencia, para ello hay que demostrarles muy bien de lo que estamos hablando, para lo cual debemos utilizar lo siguiente:

- ⇒ Ganarnos la confianza de nuestra audiencia.

- ➔ Despertar el interés de los consumidores por los servicios, producto, programa y vendérselo.
- ➔ Convencer de la necesidad de un producto.
- ➔ Persuadir a una persona, amigo o persona de otra empresa para que acepte nuestra propuesta.



**Explicativa.-** Con este tipo de presentación queremos lograr una imagen lo más fiel posible de aquello que exponemos, describiendo y familiarizando al auditorio con el producto, idea, propuesta, etc., para lograr nuestro objetivo, lo mejor es limitar a dar a conocer la información necesaria sobre el tema de nuestra exposición.

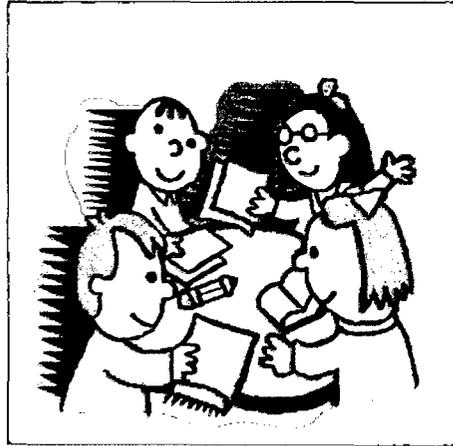
Los temas habituales de este tipo de presentación son:

- ➔ Facilitar información general de importancia.
- ➔ Presentar nueva información.
- ➔ Orientar a los nuevos empleados.
- ➔ Informar al personal.

**Instructiva.-** Este tipo de presentación se busca la adquisición de nuevos conocimientos o habilidades por parte de nuestro auditorio. Esto va a exigir una mayor participación por parte del público asistente para poder fijar en mayor medida los contenidos y procedimientos correspondientes.

Empleamos este tipo de presentación para:

- Instruir a otras personas a fin de seguir procedimientos específicos.
- Enseñar a consumidores a utilizar procesos o equipos específicos.
- Formar a empleados en el uso de determinados programas.



### **Sesión informativa o Briefing.-**

Similar a la instructiva, con la diferencia que las sesiones informativas están destinadas a actualizar y reciclar conocimientos y /o habilidades.

El Briefing se utiliza para:

- Informar o poner al día sobre el procedimiento, evolución o proceso de un proyecto o realidad.
- Dar cuenta detallada de la evolución o progreso de unos trabajadores.
- Especificaciones o modificaciones de un producto o servicio.



*“Con nuestras palabras gobernamos el mundo”*

Napoleón Bonaparte

### LO PRIMERO ES LO PRIMERO

**1. Definir cuál es el objetivo de la presentación:** Debemos tener bien claro por qué y para que hacemos la presentación, que objetivos estamos persiguiendo. Que queremos que el público o nuestros interlocutores hagan.

Ejemplo: Queremos mostrar las virtudes diferenciales de nuestros productos para que los tengan en cuenta; hacer conocer la calidad del proyecto que queremos vender para generar una buena imagen inicial, etc.

**2. Conocer a nuestros interlocutores y/o audiencia:** Debemos indagar por ejemplo si son algunas pocas personas, que cargo ocupan, que poder de decisión tienen y si es posible algunos elementos personales no confidenciales que nos pueden servir a la hora de generar empatía personal (que hobbies tienen, a que asociaciones están afiliados, su grupo familiar, etc.).

Para conocerla, nada mejor que preguntarse:

Qué perfil tiene: edad, sexo, nivel social y cultural...

⇒ Qué espera de la presentación: entretenerse un rato, obtener datos precisos, que las explicaciones le sirvan para solucionar un problema en su empresa, etc.

⇒ Qué conocimiento tiene del tema: no sabe nada, es un experto en la materia, tiene una vaga referencia...

**3. Persuadir más que informar:** Tener en cuenta de que forma el público podrá beneficiarse con nuestra presentación.

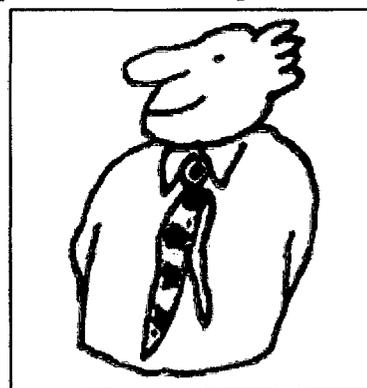
Invitarlos a la acción. Enhebrar la comunicación para convencerlos que actúen en función de los objetivos de mi presentación.

**4. Preparar las “puntas” de la presentación**, es decir, la primera y la última impresión: Las dos principales partes de una presentación son los primeros y los últimos 30 segundos. Al principio podemos motivar a que nos escuchen con atención, y al final que quien nos escucho reflexione sobre lo que dijimos.

**5. Imagen más que palabras:** El impacto de una presentación es más de la mitad visual (como nos ven), un poco menos de la mitad refiere a la forma en que nos expresamos y mucho menos impacta lo que decimos. Eso no quiere decir que se descalifique el contenido, sino que lo visual y la forma en que nos comunicamos son las llaves para “abrir” las puertas de atención del público. En este aspecto, es esencial mantener contacto visual con quien nos está escuchando, aún si son muchas personas. Y utilizar tecnología para el apoyo a la presentación que impacte lo visual y lo auditivo, mucho mejor.

**6. Manejar objeciones hostiles:** En caso de ser interrogado, o lo que es peor aún, interrumpido mientras está presentando, debe estar preparado para manejar la situación. Y manejarla implica CALMA, respirar hondo (sin que se note) y pausada y amablemente mostrar desacuerdo, anotando la pregunta y respondiéndola en forma general preferentemente cerca del cierre de la presentación.

Ah! y no se preocupe por la sensación de hormigueo previa a presentar algo, es normal. En ocasiones verbalice la sensación.



*“Todo cambia un poco en cuanto es expresado en voz alta”*

Hermann Hesse

### DECIDA QUE VA HA DECIR

Después de haber analizado determinadamente su objetivo, debe decidir qué es lo que quiere decirle a su público. Esto no siempre es fácil. ¿Se ha encontrado alguna vez en una situación en que usted conocía su objetivo pero no sabía que combinación de argumentos, datos y ejemplos lograría ese objetivo? su respuesta es afirmativa no es lo único.

Por lo general, la manera más fácil de superar el bloqueo de que debo decir es dividirla en tres etapas:

**Etapa 1.** Defina el mensaje clave: que quiere que las personas recuerden y que acciones quiere que realicen. Este mensaje fluye directamente de su objetivo. Puede presentar diversos argumentos, ideas y datos que lo sustenten, pero solo un mensaje clave.

**Etapa 2.** Identifique los argumentos que respaldan su mensaje. Evite el exceso de detalles, pero asegúrese de hablar sobre algo más que solo de datos, es importante identificar y referirse a los fundamentos emocionales de su mensaje.

**Etapa 3.** Identifique cuando es importante conseguir la participación,

las reacciones, el acuerdo o el convencimiento del público.



### **PREPARE SU PRESENTACIÓN**

Una vez que está seguro de lo que quiere decir y del objetivo de su presentación, se encuentra listo para el próximo paso importante: la presentación.

#### **Organice su presentación.**

Una buena presentación bien organizada hará que el esfuerzo de atención de la audiencia disminuya al mínimo, aumentando la probabilidad de que usted cumpla con su objetivo.

En la mayoría de los casos, una presentación debe organizarse con una introducción, la exposición de una necesidad o de un problema, una solución y un llamado a la acción.

Introducción convincente.

En esta parte recurra a un anzuelo un comentario, una pregunta, una historia relevante, una declaración o un ejemplo para conseguir el interés y la atención del público.

#### **a) La introducción también le sirve para hacer lo siguiente:**

- ⇒ Definir el propósito de la presentación.
- ⇒ Establecer su credibilidad.
- ⇒ Describir la importancia del tema para el público.
- ⇒ Señalar de antemano y en forma muy breve los puntos principales que abordará.

#### **b) Exposición de una necesidad o un problema.**

- ⇒ Dejar en claro a su audiencia por que debería interesarse en su mensaje.

- ⇒ Desarrollar una necesidad o un problema definidos que usted y la audiencia resolverán juntos.
- ⇒ Involucrar a los miembros del público pidiéndoles sugerencias y abordando sus necesidades y problemas.
- ⇒ Evaluar la aceptación pidiendo feedback, si es apropiado.

### c) La solución.

- ⇒ Ayudar a la audiencia a visualizar los beneficios de la solución.
- ⇒ Involucrará a la audiencia en el desarrollo de un camino para avanzar.
- ⇒ Expresará su solución en término de las necesidades de la audiencia.
- ⇒ Se cerciorará de que la urgencia de su solución coincide con la necesidad.

### d) Fuerte llamado a la acción.

- ⇒ Reiterar el mensaje clave de la presentación.
- ⇒ Integrar los puntos presentados en la introducción con los comentarios de cierre.
- ⇒ Recomendar la acción.
- ⇒ Sugerir un acuerdo.
- ⇒ Obtener un compromiso o la aceptación.
- ⇒ Proveer una conclusión final.

### ¿Cuánto debe durar una presentación?

Las presentaciones en muchos casos se ajustan a un horario programado por otros por ejemplo:

- ⇒ Para dar una presentación de ventas a un comprador tal vez le concedan treinta minutos.
- ⇒ En otras ocasiones, usted controla el tiempo y puede determinar la duración óptima de su presentación.

De modo que para ambas situaciones son útiles las siguientes pautas

- ⇒ Es mejor presentar menos puntos y presentarlos bien
- ⇒ Termine la charla antes de tiempo es mejor que no terminarla o que terminarla a la carrera.
- ⇒ Piense en qué puede eliminar si le recortan su tiempo.
- ⇒ Si no dispone del tiempo para que el público comprenda o acepte la idea, resérvela para otra presentación.
- ⇒ Deje tiempo para preguntas al final como una gentileza.



CUADRO N° 03: Ficha de preparación de una presentación.

<b>Logística</b>		
<b>Tema de la presentación</b>	:	
<b>Fecha</b>	:	
<b>Expositor (es)</b>	:	
<b>Lugar de la presentación</b>	:	
<b>Coordinador de la reunión o teléfono</b>	:	
<b>Número de asistentes</b>	:	
<b>Material impreso</b>	:	
<b>Características de la sala</b>		
<input type="checkbox"/> Auditorio	<input type="checkbox"/> Sala en U	<input type="checkbox"/> Podio
<input type="checkbox"/> Aula	<input type="checkbox"/> Sesiones de trabajo grupal	<input type="checkbox"/> Escenario
<input type="checkbox"/> Sala de conferencia	<input type="checkbox"/> Mesas: al frente, costados o al fondo	
<input type="checkbox"/> Otras:		
<b>Equipos y suministros</b>		
<input type="checkbox"/> Computadora (s)	<input type="checkbox"/> Cables (s) de extensión	<input type="checkbox"/> Equipo de video / reproductor y monitores
<input type="checkbox"/> Retroproyector / focos de repuesto	<input type="checkbox"/> Rotafolio / cinta adhesiva / rotuladores	<input type="checkbox"/> Línea telefónica (s)
<input type="checkbox"/> Mesa de proyección	<input type="checkbox"/> Proyector LCD extensión Rotafolio / cinta adhesiva / rotuladores	<input type="checkbox"/> Micrófono
<input type="checkbox"/> Otros:		

### PLANIFIQUE LOS APOYOS VISUALES

Se utiliza apoyos visuales con el fin de que sus planteamientos sean entendidos y se fije en la mente de su audiencia. En su mayoría las personas aprenden mejor a los apoyos visuales que solo a la palabra hablada.

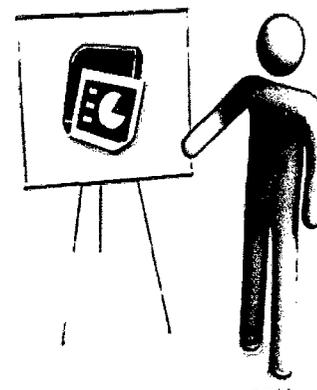
Según a las investigaciones realizadas:

- ➔ Las personas adquieren 75% de lo que saben por la vista, 13% a través del oído y 12% mediante el olfato.
- ➔ Una imagen es tres veces más eficaz para transmitir información que las palabras solas.
- ➔ Las palabras y las imágenes juntas son seis más eficaces que las palabras solas.

#### Apoyos visuales eficaces.

Para que sean eficaces, los apoyos visuales deben ser:

- ➔ Simples.
- ➔ Usar gráficos, iconos y símbolos para reforzar o comunicar un concepto
- ➔ Utilizar palabras claves, no oraciones completas.
- ➔ Emplear un solo concepto y no más de seis líneas por diapositiva o página.
- ➔ Aplicar solo tres a seis ideas en cada hoja de rotafolio.
- ➔ Adoptar color, cuándo sea posible, pero no en exceso.
- ➔ Aprovechar imágenes cuando sea posible.
- ➔ Emplear mayúsculas solo para los títulos y acrónimos.
- ➔ Usar viñetas, no números, para los ítems sin secuencia.



### PRESENTACIONES GRUPALES

No existe una fórmula única que sea la mejor. Sin embargo una presentación grupal típica, fluye de la siguiente manera:

- El primer orador presenta a los demás brevemente e introduce el tema.
- Cada uno de los oradores que sigue hace una transición al próximo anunciando: “Ahora Abigail se referirá a...”.
- El último orador resume la presentación completa.
- Un facilitador se encarga de todas las transiciones.

Una presentación lo más perfectamente integrada posible, sigue las siguientes pautas:

- Disponga que una persona que no sea el expositor maneje los apoyos visuales durante la presentación.
- Si otra persona está manejando los apoyos visuales, es necesario ensayar para poder lograr una sincronización.
- Cerciórese de que todas las diapositivas o transparencias tengan el mismo formato.
- Si los emplean medios diferentes, coordínelos para lograr una transmisión sin problemas.

Asimismo, planifique la manera que el grupo responderá las preguntas. Si es

posible, evite que todos los expositores comenten todas las preguntas.



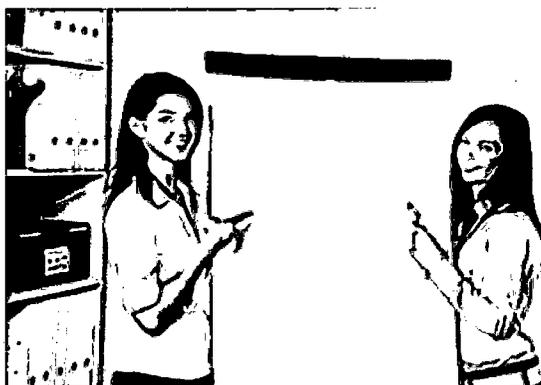
*“Por cada discurso que usted da, hay en realidad tres. El que ensaya, el que dio y el que desearía haber dado”*

Dale Carnegie

### ENSAYE

Para aprovechar al máximo su ensayo, practique su presentación ante una audiencia de prueba y luego solicite su feedback. Asimismo recuerde estos consejos prácticos:

- Ensaye con los equipos y apoyos visuales que usará en el evento real.
- Ensaye la presentación completa cada vez que practique.
- Pruebe en voz alta y, si es posible, frente a un amigo o colega. De lo contrario, practique con una grabadora de cinta o video.
- Ensaye hasta que la presentación no suene como si la hubiera memorizado.
- Concéntrese en el tema y en su deseo de comunicarlo, no en sus apuntes.
- Haga el esfuerzo extra, ensaye en la misma sala o auditorio en el que realizará su presentación.



## PREPÁRESE

### **Mentalícese y supere el temor:**

- ➔ Visualícese dando una presentación exitosa. Repita para sí afirmaciones positivas como “Estoy relajado y listo”.
- ➔ Use técnicas de respiración y ejercicios para liberar la tensión a fin de disminuir el estrés.
- ➔ Pregúntese: “Qué es lo peor que podría suceder” y luego esté preparado para esa posibilidad.
- ➔ Acepte el nerviosismo como algo natural y no intente contrarrestarlo con alimento, cafeína, drogas o alcohol antes de la presentación.
- ➔ Prepárese tanto física como mentalmente.



## COMIENZA EL ESPECTÁCULO

### **¿Cómo hablar eficazmente?**

- ⇒ Haga su presentación en tono conversacional.
- ⇒ No hable a partir de un libreto. Use apuntes.
- ⇒ Evite usar jergas o términos que puedan ser desconocidos para el público.
- ⇒ Observe a la audiencia en busca de claves no verbales respecto de su reacción.
- ⇒ Respire. Eso le ayudará a relajarse y disminuye el uso de lenguaje de relleno como “emm”, “ahh”.
- ⇒ Evite hablar en forma demasiado rápida o lenta.
- ⇒ Sea expresivo. No hable en forma monótona, suba y baje el tono de su voz para expresar su idea.
- ⇒ Enuncie y pronuncie las palabras con claridad.

### **Proyecte una imagen positiva:**

- ⇒ Proyecte confianza a través de su vestuario y presencia.
- ⇒ Asegúrese de que sus expresiones faciales transmitan interés en el público. Si está demasiado nervioso para mirar al todo el público, concéntrese en algunas personas.
- ⇒ Haga y mantenga contacto visual con los miembros de la audiencia.

### **Técnicas para mantener interesada a su audiencia:**

- ⇒ Cuando desee el control o más participación, o bien incorporarse al grupo, camine entre el público.
- ⇒ Cambie lo que está haciendo. Por ejemplo, haga una pausa repentinamente o cambie su tono de voz.

- Proponga una votación a mano alzada: “Sólo por curiosidad, ¿cuántos de ustedes creen que sus clientes están satisfechos con el servicio que se les brinda? Levanten la mano”.
- Agregue humor: Una pausa humorística en una presentación seria es bienvenida y capta la atención del público.
- Use analogías y ejemplos vívidos.
- Incorpore historias personales.
- Emplee datos estadísticos convincentes y testimonios expertos.
- Utilice los apoyos visuales, como las ilustraciones, tablas y gráficos eficazmente.
- Haga una pregunta: “Entonces, ¿qué significa el último punto para usted y su empresa?”.
- No haga tintinear llaves o monedas en sus bolsillos.



### **CÓMO MANEJAR LAS PREGUNTAS**

Las preguntas provenientes de la audiencia pueden involucrar a los asistentes y al mismo tiempo ofrecerle al presentador y orador oportunidades para entregarles más detalles en las áreas que les interesan.

El momento oportuno para preguntas y respuestas:

- ⇒ Muchos expositores prefieren dejar las preguntas al final de la presentación. Esto les permite terminar la charla dentro de un plazo específico y estar seguros de que la audiencia cuenta con una visión del panorama completo de la presentación.
- ⇒ Algunos expositores también responden preguntas durante la presentación, ya que consideran que hacerlo mantiene al público involucrado y porque les brinda feedback inmediato respecto de cuán bien los miembros de la audiencia entienden el mensaje.
- ⇒ Otros oradores responden preguntas en momentos específicos durante la presentación. Estos momentos podrían ocurrir cuando desea conocer las reacciones o ideas del público.

#### **Prepárese para las preguntas difíciles:**

- ⇒ Si sabe la respuesta, dela en forma clara y concisa.
- ⇒ Si no sabe la respuesta a una pregunta, remita a la persona o otra fuente, ofrezca obtener la respuesta o pregunte si alguien de público puede responderla.
- ⇒ Anticipe las preguntas y los argumentos. No los niegue ni les quite la importancia.
- ⇒ Si las preguntas comienzan a perturbar el flujo de su presentación, anótelas en una pizarra blanca o en un rotafolio y ocúpese de ellas al final de la reunión.

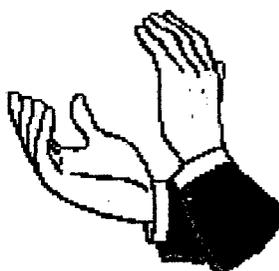
### EVALUACIÓN DESPUÉS DE LA PRESENTACIÓN

Un discurso o una presentación es el resultado de un proceso que transforma un aporte (ideas, información o argumentos) en producto (lo que la audiencia ve o oye).

- ✦ ¿Estuvo a la altura de lo esperado?
- ✦ ¿Hubo defectos cuantificables, como por ejemplo una diapositiva ilegible desde el fondo de la sala?
- ✦ Identifique la causa raíz, para tomar las medidas correctivas necesarias.
- ✦ Un video siempre es útil, vea el video de su presentación y analice que estuvo bien y que debe mejorar o perfeccionar.

Si queremos ser unos buenos presentadores, debemos buscar el mejoramiento continuo, así las presentaciones se volverán cada vez más eficaces, lo cual le dará prestigio a usted y a la institución que dignamente representa.

**BRAVO!!**



CUADRO N° 04: Sugerencias para crear una presentación eficaz.

SUGERENCIA	DETALLES
Preséntese antes de la hora y compruebe que el equipo funciona perfectamente.	Asegúrese de que todo el equipo está conectado y funciona.
No presuponga que la presentación funcionará correctamente en otro equipo.	<p>Los errores de disco, las diferencias en las versiones de software, la falta de espacio en disco, una memoria insuficiente y muchos otros factores pueden arruinar su presentación.</p> <p>Si el equipo en el que piensa realizar la presentación no es suyo, asegúrese de que tiene espacio en disco suficiente para que no tenga que realizar la presentación desde un CD.</p> <p>Desactive los protectores de pantalla y compruebe que tiene los archivos y las versiones de software adecuados que necesita, incluido Microsoft Office PowerPoint.</p>
Compruebe que la resolución del proyector es la misma que la del equipo en la que creó la presentación.	Si las resoluciones no coinciden, las diapositivas se pueden cortar o pueden surgir otros problemas relacionados con la pantalla.
Desactive el protector de pantalla.	Permita que la atención de la audiencia se centre en el contenido de su presentación.
Compruebe todos los colores de la pantalla de proyección antes de realizar la presentación.	Los colores se pueden proyectar de forma diferente a como aparecen en su monitor.
Pida a la	Las preguntas son un indicador excelente de que

<p><b>audiencia que se abstenga de hacer preguntas hasta el final.</b></p>	<p>el público está interesado en el contenido y en el modo en que éste se expone. Pero si deja las preguntas para el final, podrá realizar su exposición sin interrupciones. Además, las preguntas preliminares suelen obtener respuesta conforme se proyectan y se comentan las diapositivas.</p>
<p><b>Evite mover el puntero sin darse cuenta.</b></p>	<p>Cuando no utilice el puntero, levante la mano del <i>mouse</i> (ratón). Con ello evitará que el puntero se mueva sin querer, lo que puede ser causa de distracción.</p>
<p><b>No lea la presentación.</b></p>	<p>Practique antes la presentación para que pueda realizar la exposición a partir de los puntos destacados. El texto debe servir de referencia al presentador, pero no debe convertirse en el mensaje completo dirigido a la audiencia.</p>
<p><b>Respete el tiempo.</b></p>	<p>Si ha establecido un plazo de tiempo para su presentación, respételo. Si no hay límite de tiempo, procure ser breve para mantener el interés de la audiencia.</p>
<p><b>Examine la actitud del público.</b></p>	<p>Cada vez que realice una presentación examine la actitud de la audiencia. Si observa que el público se centra en las diapositivas, es posible que éstas contengan demasiados datos o que confundan o distraigan por otro motivo. Utilice esta información para mejorar las presentaciones futuras.</p>
<p><b>Reduzca el número de diapositivas.</b></p>	<p>Para comunicar un mensaje claro y mantener la atención y el interés de la audiencia, reduzca el número de diapositivas de la presentación al mínimo.</p>
<p><b>Elija un estilo de fuente que la audiencia pueda ver de lejos.</b></p>	<p>Elegir el estilo de fuente adecuado, como Helvetica o Arial, le ayudará a transmitir mejor su mensaje. Evite utilizar fuentes pequeñas, como Arial Narrow, y fuentes que incluyan bordes decorativos, como Times. Para obtener más información sobre cómo utilizar fuentes de temas prediseñadas en la presentación, vea Todo acerca de los temas,</p>

	estilos rápidos, estilos de celda y estilos de fondo.
<b>Elija un tamaño de fuente que la audiencia pueda ver de lejos.</b>	<p>Elegir el tamaño de fuente adecuado le ayudará a transmitir mejor su mensaje.</p> <p><b>NOTA:</b> Las siguientes medidas indican el tamaño de una fuente en la pantalla del equipo, y no como se proyectan en una pantalla para la audiencia en el modo de pantalla completa. Para habilitar el modo de pantalla completa, en la ficha <b>Ver</b>, en el grupo <b>Vista de presentación</b>, haga clic en <b>Presentación con diapositivas</b>.</p> <p>Una letra de una pulgada o 2,54 cm se puede leer desde 3 metros.</p> <p>Una letra de dos pulgadas o 5 cm se puede leer desde 6 metros.</p> <p>Una letra de tres pulgadas o 7,5 cm se puede leer desde 9 metros.</p> <p>Para obtener más información sobre cómo utilizar fuentes de temas prediseñadas en la presentación.</p>
<b>Simplifique el texto utilizando viñetas o frases cortas.</b>	<p>Utilice viñetas o frases cortas, y procure incluir cada una de ellas en una línea, es decir, sin ajustar el texto.</p> <p>Desea que su público lo escuche mientras realiza su exposición, en lugar de que miren la pantalla.</p> <p>Algunos proyectores cortan las diapositivas por los bordes, por lo que es posible que las frases largas no se muestren totalmente.</p> <p>Puede quitar los artículos como "un" o "el" para reducir el número de palabras por línea.</p>
<b>Utilice elementos decorativos para transmitir mejor su mensaje.</b>	<p>Utilice gráficos que le ayuden a exponer la información, pero no agregue demasiados gráficos a una diapositiva porque podría abrumar a la audiencia.</p>

<b>Cree etiquetas para los gráficos y diagramas que sean comprensibles.</b>	Utilice sólo el texto que sea necesario para que los elementos de etiqueta de los gráficos o diagramas sean fácilmente comprensibles.
<b>Utilice fondos tenues para las diapositivas y emplee fondos similares en toda la presentación.</b>	Elija una plantilla o tema atractivo y coherente que no sea demasiado vistoso. No querrá que el fondo o el diseño desvíen la atención de su mensaje.  Para obtener más información sobre el uso de temas.
<b>Utilice un contraste alto entre el color del fondo y el color del texto.</b>	Los temas establecen automáticamente el contraste entre un fondo claro con texto de color oscuro o fondo oscuro con texto de color claro.  Para obtener más información sobre cómo utilizar los temas para definir automáticamente un nivel de contraste visualmente correcto.
<b>Compruebe la ortografía y la gramática.</b>	Para ganarse y mantener el respeto de la audiencia, compruebe siempre la ortografía y la gramática de su presentación.



## Nuestras recomendaciones

### Recomendaciones para realizar presentaciones eficaces:

- Recuerde que usted es el actor principal, preparado antes de que suba el telón.
- Sea lo más natural posible, pues la audiencia descubre las actitudes aparentadas.
- Prepare su tema con mayor profundidad de lo requerido. Cuando se dirige a la batalla se va preparado con todo lo necesario para ganar.
- Camine ese kilómetro más, y verá los excelentes resultados.
- Llegue temprano al lugar de la actividad, así se relajara y tendrá tiempo para hacer los cambios que requiera.
- Al salir ante al auditorio, respire profundamente y exhale por la nariz. Mire a los presentes y comience con entusiasmo.  
Una sonrisa equivale al mejor de los saludos.
- Piense positivamente y recuerde que si usted está ahí, es por algo importante.
- Añádale siempre chispa, humor a la presentación, eso lo acerca más a la gente.
- No aborde nunca más de tres puntos en la presentación, pues se perderá el objetivo.
- No tema demostrar que usted también es un ser humano.

- ✦ Concentre el mensaje en lo que el oyente esperan escuchar.
- ✦ Para evitar las repeticiones, haga pausas, pues el silencio crea expectativas.
- ✦ Su rostro debe estar sincero, natural y convincente.
- ✦ Trate de emplear oraciones cortas, para que el mensaje llegue con facilidad y la audiencia pueda retenerlo.
- ✦ La voz tiene la facilidad de crear emociones. Sáquele provecho con tonos altos, medios y bajos, de acuerdo a lo que quiere expresar.
- ✦ No permita que lo vean nervioso. Confíe en usted mismo. ¡Usted está preparado!
- ✦ Mantenga contacto visual mientras habla. Compórtese como si conversara con algunos amigos.
- ✦ Céntrese en la parte delantera de los pies.
- ✦ Su cabeza debe estar erguida y su torso levantado.
- ✦ Cuando pronuncie, abra bien la boca para articular.
- ✦ Cuando inicie su presentación, lo puede hacer con una anécdota, un comentario, una cita, una conexión personal. Algo que permita romper el hielo.
- ✦ Desplácese un poco con naturalidad le permitirá controlar los nervios.
- ✦ Evite mirar hacia el suelo o techo. Mire a su audiencia.
- ✦ Evite reírse eufóricamente de los chistes propios.
- ✦ No haga alarde de ser conocedor de un súper vocabulario.
- ✦ No asuma actitudes de genio.
- ✦ No evada responder alguna pregunta.
- ✦ Utilice todo su cuerpo para darle fuerza al mensaje.
- ✦ Mueva sus manos con naturalidad.
- ✦ Ejemplifique.

**V. DISCUSIONES.**

- ❖ La elaboración de un manual para la correcta comunicación a través de presentaciones eficaces, constituye un instrumento importante para futuras presentaciones, las cuales utilizando el presente manual deben ser eficaces.
  
- ❖ La gran mayoría de personas tiene una idea errónea que una presentación eficaz es lo mismo que un PowerPoint, lo cual para ellos es muy sencillo y no es tema de investigación porque diapositivas se hacen sin muchos conocimientos, cabe mencionar que inclusive para crear una diapositiva, existen lineamientos para hacerlas correctamente; en muchos países existen reglas, norma para realizar presentaciones, no se trata de llenar una diapositiva con texto.
  
- ❖ Si este tema no fuera relevante, porque en España, el Magister Ángeles Casas Figueroa, ha elaborado un manual sobre presentaciones eficaces, titulado: “Presentaciones Eficaces, conceptos y herramientas básicas para hacer eficaces sus presentaciones”.
  
- ❖ Las instituciones, profesionales y estudiantes vinculados con la actividad turística y afines, así como otros profesionales, deben utilizar este manual para mejorar y perfeccionar sus presentaciones y realizarlas eficazmente.
  
- ❖ A pesar de que todo cambio genera controversia, al realizar las encuestas se ha visto la necesidad de la elaboración del presente manual, debido a la preocupación que en nuestro país no exista

investigación sobre este tema tan relevante, y profundamente investigado en otros países.

- Siguiendo las sugerencias de profesionales con experiencia reconocida, se elaboró el presente manual, logrando la obtención de un material de suma importancia para mejorar las presentaciones y la comunicación en el sector turismo.
- Si bien es cierto el manual está enfocado al sector turismo, las presentaciones y la comunicación se dan en diversos ámbitos, lo cual refleja que será de gran ayuda no solo al turismo sino a otros sectores profesionales.
- Cabe explicar que este manual está enfocando al ámbito turístico, por lo que las investigadoras de la presente tesis son de la especialidad de turismo; pero este material es apto para ser utilizado por todos, tanto profesionales como estudiantes.
- La capacidad de expresarse correctamente y de comprender los mensajes recibidos es una de las características más apreciadas por las instituciones y es asimismo uno de los aspectos de la gestión que los expositores y conferenciantes deben estudiar con más detenimiento. (William Himstreet, Wayne Baty Comunicación escrita 2003).
- La Verdadera habilidad en la comunicación sólo se alcanza combinando la planificación eficaz con el conocimiento de las necesidades del auditorio. Esto último es de vital importancia: la esencia de la comunicación es el entendimiento.

- ❖ Para lograr el objetivo deseado, es necesario comprender los mecanismos del lenguaje y llegar a una definición propia y funcional de lo que es sí la comunicación.
  
- ❖ Hay que recordar que no se puede comunicar de manera eficaz ningún mensaje, por interesante y válido que sea, si no se presta especial atención a la forma de presentarlo.

**VI. CONCLUSIONES.**

- Las presentaciones eficaces, se basan principalmente en la *Comunicación Eficaz*.
- Este tema ha sido de gran ayuda porque, nos ha permitido estudiar a profundidad como realizan presentaciones eficaces los profesionales, docentes del sector turístico, encontrando que muchos de los profesionales confunden o desconocen lo que en realidad es una *Presentación Eficaz*.
- La comunicación, antes que todo, es una actitud de apertura al otro, que implica disponibilidad generosa para compartir, es decir para dar y recibir. Sin embargo, ésta no es fácil; es un arte que se debe practicar continuamente para desarrollarlo en toda su plenitud y poder así obtener el mejor provecho de él; no olvidemos que la comunicación es muy importante para realizar presentaciones eficaces.
- Investigando el tema de presentaciones eficaces, se reveló que en nuestro país, no existe un manual ni una investigación detallada que aporte a este importante tema investigado, lo cual si se ha realizado en otros países; como referencia tenemos a la universidad de Oxford, la cual aporta a este tema con un libro exclusivamente a *Presentaciones Eficaces*.
- El presente manual es una información extraída de diferentes fuentes bibliográficas de renombre (editorial Oxford), si como de la web.

- **Nosotros como seres humanos necesitamos practicar al máximo y mejorar cada día la calidad de nuestra comunicación.**

Y hablamos de calidad cuando nos referimos a que estamos llamados a compartir con las otras personas no solamente las cosas que hacemos durante el día y lo que hemos aprendido, sino ir más al fondo de nosotros mismos.

El que verdaderamente quiere comunicarse sabe escuchar, inclusive el silencio, porque éste también forma parte de la comunicación. Un oído abierto es el único signo fidedigno de un corazón abierto. Y escuchar constituye el noventa por ciento de una buena comunicación, porque todos necesitamos desesperadamente que se nos escuche.

- **La elaboración de un manual para la correcta comunicación a través de presentaciones eficaces, constituye una herramienta importante para realizar presentaciones, las cuales con ayuda del presente manual se deberán realizarán eficazmente.**

- **Según las entrevistas realizadas en este manual, la elaboración del presente manual es una propuesta innovadora y que va ha ser una herramienta muy importante para mejorar las futuras presentaciones que realicemos.**

- **En la ciudad de Chachapoyas se realizan muchas presentaciones debido a un mayor crecimiento turístico es por ello se ha visto la necesidad de crear este manual ya que de una presentación eficaz dependerá que un producto sea conocido, promocionado y posicionado no solo a nivel local, regional, nacional sino también a nivel mundial, pues este tema es de vital importancia para**

mejorar el servicio que se brinda no solo a turistas si no asimismo a todo el público en general.

- Se consideró otro punto muy importante sobre la importancia de la elaboración de este manual, porque en su mayoría los profesionales, estudiantes y entes vinculados con el sector turístico no conocen lo que es una presentación eficaz, ya que los encuestados mencionan que una presentación es lo mismo que un PowerPoint (la cual se emplea incorrectamente).
- Si bien es cierto una presentación es muy diferente, pues una presentación involucra desde un inicio hasta la final de una programación, en cambio el PowerPoint, es solamente una herramienta de una presentación, también existen otras herramientas tales como láminas, papelotes, etc.
- Saber hacer presentaciones eficaces es muy importante para evitar muchos errores y aun más en este sector turístico, por que brindamos servicios, los cuales fidelizan o no al turista.
- Las presentaciones eficaces, le permiten crecer exitosamente a profesionales del sector turístico y afines.
- Los conocimientos adquiridos, podrán ser puestos en práctica en nuestra vida académica y profesional.

### VII. RECOMENDACIONES.

A los profesionales, funcionarios, docentes, oradores, expositores, conferenciantes, que laboran de manera dependiente o independiente, tanto en instituciones públicas o privadas, vinculadas o no al sector turismo, y en general a todos aquellos que tiene que ver con el apasionante tema de transmitir conocimientos, información, aprendizaje, comunicación:

- Utilizar el presente manual para realizar presentaciones eficaces.
- Implementar en sus quehaceres cotidianos la práctica y contenido de este manual, ya que permitirá mejorar sustancialmente las presentaciones que se realizan en materia de turismo y otros campos del conocimiento.
- Implementar de manera sostenida y constante lo recomendado en el presente manual, considerando el doble beneficio, tanto el orador o presentador como a la audiencia, lo que permitirá comprender mucho mejor el asunto que se expone y el incremento de conocimiento en la audiencia.
- De manera especial, recomendamos la práctica del contenido de este manual a todas las personas vinculadas al sector turismo, para que sus presentaciones tengan un esquema y mejoren *significativamente* en la comprensión del público objetivo.
- A la DIRCETUR-Amazonas poner en práctica el presente manual ya que es una propuesta innovadora y una herramienta de gran ayuda para el fortalecimiento de las presentaciones en el sector turismo en la región Amazonas.

- Punto aparte, a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, en la Facultad de Turismo, Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, a hacer uso de este manual para que los docentes potencien sus clases en las diversas cátedras que imparten.
- Se recomienda así mismo a los docentes del magisterio en todos sus niveles, institutos de enseñanza superior, la utilización del presente manual, ya que se brinda información completa sobre las presentaciones eficaces, desde la organización, técnicas, motivación, dinámicas hasta la evaluación, para facilitarles la transmisión de conocimientos y lograr sus objetivos trazados en cada sesión.
- Se recomienda a los prestadores de servicios turísticos y poner en práctica el manual para hacer una presentación eficaz con pleno conocimiento del tema y buscando resultados de y con beneficios para todos.
- Asimismo se recomienda también a los estudiantes, hacer uso de este manual, el cual les será de gran apoyo para realizar sus presentaciones, ya que como futuros profesionales deben siempre estar a la vanguardia, y que conociendo mejor la forma correcta de comunicarse, podrán expresarse, dirigir, liderar, emprender exitosamente.

Es el deseo y ferviente anhelo de los autores.

## VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

### **Libros:**

- Boullon, Roberto C. (2004). “Planificación del Espacio Turístico”. Cuarta Edición.
- Jafari, Jafar. (2000). “Enciclopedia del Turismo”. Editorial Síntesis. España – Madrid.
- María Andueza. “Dinámica de grupos en educación”. Editorial Trillas (2007). Cuarta edición México.
- Montaner Montejano, Jorge. Antich Corgos Jordi. Arcarons Simón Ramón. (1998). “Diccionario de Turismo”. Editorial Síntesis España – Madrid.
- Morgan, Nick (2009). “Cómo hacer Presentaciones”. Primera Edición. Harvard Business Press – Boston Massachusetts.
- Angeles, Casas Figueroa. “Presentaciones Eficaces, conceptos y herramientas básicas para hacer eficaces sus presentaciones” – Primera Edición. Ideas Propias Editorial, Vigo 2005. España.

### **Investigaciones, Manuales y Guías:**

- DE LAS HERAS RENERO, M<sup>a</sup> DOLORES Y COLS. Programa Discover. Junta Castilla y León.
- E. CABALLO, VICENTE. Manual de evaluación y tratamiento de las habilidades sociales. SIGLO XXI. (1999).
- GOLDSTEIN ARNOLD. Habilidades sociales y autocontrol en la adolescencia. SIGLO XXI (1999).
- LUENGO MARTÍN, M<sup>a</sup> ÁNGELES Y COLS. Construyendo la Salud. MEC.
- MARTHA DAVIS, MATTHEW MCKAY. Técnicas de autocontrol emocional. MARTÍNEZ ROCA (1998).

- VALLÉS ARANDIGA A. Y VALLÉS TORTOSA C. Programa de refuerzo de las habilidades sociales III. EOS.

### **Páginas Web:**

- Presentaciones Efectivas en Estados Unidos. Disponible en:  
Fuente: <http://www.eduteka.org/profeinvitad.php3?ProfInvID=0012>
- Presentaciones Efectivas en Argentina. Disponible en:  
Fuente: <http://www.ecop.com.ar/capitacion-para-empresas.html>
- Presentaciones eficaces en Chile. Disponible en:  
Fuente: <http://www.nacionpm.com/tag/como-hacer-presentaciones/>
- Presentaciones eficaces en Brasil. Disponible en:  
Fuente: [http://www.laboris.net/static/ca\\_habilidades\\_presentaciones.aspx](http://www.laboris.net/static/ca_habilidades_presentaciones.aspx)
- La Comunicación Eficaz. Disponible en:  
<http://www.retoricas.com/2009/05/la-comunicacion-eficaz.html>
- Los Diez pilares para una comunicación eficaz. Disponible en:  
[http://www.microsoft.com/business/smb/eses/rpp/comunicacion\\_eficaz.msx](http://www.microsoft.com/business/smb/eses/rpp/comunicacion_eficaz.msx)
- ¿Cómo Lograr Presentaciones Efectivas? Disponible en:  
Fuente: <http://www.ecop.com.ar/capitacion-para-empresas.html>
- Seis pasos para lograr una Presentación Fantástica. Disponible en:  
Fuente: <http://www.eduteka.org/profeinvitad.php3?ProfInvID=0012>

# IX. ANEXOS

ANEXO N° 01: Tiempo en el que planifico su viaje a Perú.

	MOTIVO DE VIAJE				
	Total	Vacaciones, recreación	Negocios	Visitar a familiares, amigos	Asistir a seminarios, conferencias
	%	%	%	%	%
Menos de 1 mes	41	36	60	30	37
De 1 a 4 meses	42	41	37	51	53
De 5 a 8 meses	10	14	2	12	6
De 9 a 12 meses	1	1	*	1	1
De 1 a 3 años	5	7	1	6	3
Más de 3 años	*	*	-	*	-
No planificó su viaje	1	1	*	1	*

Total: 100%

Base: Total de turistas entrevistados

Fuente: Perfil del turista extranjero 2010.

## CARRERA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACION - UNTRM

### ANEXO N° 02: Regiones visitadas en el Perú.

	MOTIVO DE VIAJE				
	TOTAL	Vacaciones, recreación	Negocios	Visitar a familiares, amigos	Asistir a seminarios, conferencias
	%	%	%	%	%
Lima	73	60	95	89	98
Tacna	30	43	5	13	2
Cusco	28	47	3	9	13
Machu Picchu	27	46	8	2	10
Puno	16	29	1	3	1
Arequipa	14	23	2	6	2
Ica	12	18	2	7	1
La Libertad	4	5	2	4	2
Piura	3	4	3	3	*
Loreto	3	3	1	2	3
Madre de Dios	2	4	-	1	-
Ancash	2	2	1	3	*
Lambayeque	2	2	1	3	1
Tumbes	2	2	-	1	1
Jurín	1	*	1	2	1
Cajamarca	1	1	1	1	1
Moquegua	1	1	*	1	-
San Martín	1	1	1	1	-
Ayacucho	*	*	*	1	1
Ucayali	*	*	*	*	-
Apurímac	*	*	*	*	-
Amazonas	*	*	*	1	-
Huánuco	*	*	*	*	-
Huancavelica	*	*	*	-	-
Pasco	*	*	*	*	-

Total Múltiple

Base: Total de turistas entrevistados

\* Porcentajes menores a 1%

Fuente: Perfil del turista extranjero 2010.

# CARRERA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN - UNTRM

## ANEXO N° 03: Resumen corporativo: 2008 – 2009 – 2010.

Medios donde busca información para sus viajes	2008	2009	2010	Departamentos visitados en el Perú	2008	2009	2010
	%	%	%		%	%	%
Internet	73	77	85	Lima	77	78	72
Consultas a familiares / amigos	27	21	21	Cusco:	46	43	28
Agencias de viajes	29	23	30	Cusco ciudad	45	42	28
Guía turística	16	12	11	Machu Picchu	44	42	27
Libros	5	6	6	Tacna	27	27	30
Revistas especializadas	4	1	2	Puno	25	22	16
Motivo de visita al Perú	%	%	%	Arequipa	18	18	14
Vacaciones, recreación u ocio	61	61	52	Ica	15	16	12
Negocios	15	15	20	Madre de Dios	5	4	2
Visitar a familiares o amigos	13	13	15	La Libertad	4	4	4
Salud	3	3	2	Para	3	3	2
Asistir a conferencias/ congresos	3	4	4	Ancash	3	3	2
Razón principal por la que eligió el Perú (vacacionistas)	%	%	%	Loreto	3	3	3
Conocer Machu Picchu	68	62	61	Lambayeque	2	2	2
Conocer sitios arqueológicos	8	7	6	Tumbes	1	2	2
Conocer la ciudad de Lima	-	8	9	Gasto promedio del turista en el Perú	%	%	%
Visitar inmuebles históricos	2	-	-	Menos US\$ 500	35	36	40
Visita a áreas naturales	2	4	4	De US\$ 500 a US\$ 999	22	22	23
Probar la comida	1	1	1	De US\$ 1,000 a US\$ 1,499	18	17	16
Otros	19	18	19	De US\$ 1,500 a US\$ 1,999	11	11	8
Tiempo en el que planificó su viaje al Perú	%	%	%	De US\$ 2,000 a US\$ 2,499	6	6	5
Menos de 1 mes	35	38	41	US\$ 2,500 a más	6	6	6
De 1 a 4 meses	42	41	42	Promedio (US\$)	1,062	1,040	958
De 5 a 8 meses	15	14	10	Actividades realizadas en el Perú	%	%	%
De 9 a 12 meses	1	1	1	TURISMO CULTURAL	100	83	100
De 1 a 3 años	7	5	5	Turismo Urbano	100	83	89
Viajó por primera vez al país	%	%	%	Pasear / caminar por la ciudad	86	34	68
Si	57	57	47	Visitar parques y plazas	82	34	61
No	43	43	53	Visitar iglesias / catedrales / conventos	74	70	57
Grupo de viaje al Perú	%	%	%	Visitar inmuebles históricos	56	42	30
Solo	43	45	50	Visitar museos	41	43	31
Con su pareja	22	23	19	City tour guiado	30	23	17
Con amigos o parientes, sin niños	25	20	19	Turismo Arqueológico	52	50	35
Grupo familiar directo (padres e hijos)	10	12	12	Visitar sitios arqueológicos	52	50	35
Modalidad de viaje para venir al Perú	%	%	%	Culturas Vivas	30	33	27
Viajando por cuenta propia	78	77	82	Visitar comunidades nativas	28	26	19
Contratando agencia de viaje	22	21	18	Participar en festividades religiosas	2	2	2
Tipo de alojamiento utilizado	%	%	%	TURISMO DE NATURALEZA	56	48	39
Hotel 4 ó 5 estrellas	23	22	23	Pasear por el campo, admirar paisajes	49	-	-
Hotel / Hostal 3 estrellas	41	38	31	Pasear por los ríos, lagos, lagunas	37	14	19
Hotel/ Hostal 1 ó 2 estrellas	41	41	40	Observación de la flora y fauna	31	-	-
Casa de familiares / amigos	17	16	16	Observación de flora	-	43	22
Camping	7	6	3	Observación de aves	-	34	19
Albergue	5	5	3	Observación de insectos	-	13	7
Permanencia en el Perú	%	%	%	Observación de mamíferos	-	21	16
De 1 a 3 noches	26	29	34	Visitar áreas / reservas naturales	30	44	36
De 4 a 7 noches	22	24	24	TURISMO DE AVENTURA	21	19	13
De 8 a 14 noches	28	24	23	Trekking	18	17	9
De 15 a 21 noches	13	12	10	Canotaje	3	2	1
De 22 a 28 noches	4	4	3	Andinismo	2	-	1
De 29 noches a más	7	7	5	Sandboard	1	2	1
Promedio (noches)	12	12	9	TURISMO DE SOL Y PLAYA	16	10	12

Fuente: Perfil del turista extranjero 2010.

## CARRERA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN - UNTRM

### ANEXO N° 04: Llegada mensual de turistas extranjeros al Perú: 2002 - 2010.

#### AEROPUERTO INTERNACIONAL JORGE CHAVEZ LIMA: LLEGADA MENSUAL DE VISITANTES EXTRANJEROS, ENERO 2002 - AGOSTO 2011

Mes	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Variación Porcentual (%) 2010/2009	Variación Porcentual (%) 2011/2010
Enero	41,385	42,758	47,364	62,663	67,141	72,072	87,508	94,807	99,340	110,326	4.8	11.1
Febrero	42,074	43,237	50,833	61,095	65,702	71,674	85,536	91,422	85,255	102,730	-6.7	20.5
Marzo	49,557	45,686	57,202	74,345	74,139	87,410	99,512	102,752	93,799	115,503	-8.7	23.1
Abril	41,301	46,576	56,225	65,267	73,231	77,571	88,703	99,585	90,786	111,421	-8.8	22.7
Mayo	46,109	46,698	54,795	68,820	71,127	78,995	93,112	96,541	103,648	114,793	7.4	10.8
Junio	53,551	55,083	66,176	77,602	78,573	93,257	108,566	110,008	114,058	126,484	3.7	10.9
Julio	65,223	68,969	85,813	97,779	96,257	114,300	126,750	122,377	132,532	145,375	8.3	9.7
Agosto	57,854	59,615	67,123	81,935	82,065	96,761	110,410	107,118	116,454	128,404	8.7	10.3
Setiembre	47,295	50,919	58,298	74,280	74,653	87,944	101,012	102,970	106,888		3.8	
Octubre	49,478	52,920	63,383	73,819	79,074	91,227	104,126	108,928	113,626		4.3	
Noviembre	46,999	53,192	64,727	70,552	72,484	89,375	95,357	103,233	108,434		5.0	
Diciembre	51,362	54,722	69,325	73,604	73,431	92,955	104,604	109,224	112,470		3.0	
<b>Total</b>	<b>592,188</b>	<b>620,375</b>	<b>741,264</b>	<b>881,761</b>	<b>907,877</b>	<b>1,053,541</b>	<b>1,205,196</b>	<b>1,248,965</b>	<b>1,277,290</b>		<b>2.3</b>	

Visitantes Extranjeros = Turistas extranjeros + Excursionistas extranjeros  
Fuente: MININTER-Dirección General de Migraciones y Naturalización (DIGEMIN)  
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales  
Con información disponible a setiembre de 2011

# CARRERA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN - UNTRM

## ANEXO N° 05: Llegada de turistas nacionales y extranjeros al icono turístico de Kuelap: 2004 – 2011.

### AMAZONAS: LLEGADA DE VISITANTES AL COMPLEJO ARQUEOLÓGICO DE KUELAP, ENERO 2004 - AGOSTO 2011

Mes	2004			2005			2006			2007			2008			2009			2010			2011		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero	645	574	71	725	596	129	795	626	169	920	738	182	1,227	888	339	1,153	732	421	1,448	1,091	357	2,092	1,613	479
Febrero	585	519	66	563	429	134	653	499	154	480	358	122	764	544	220	950	632	318	1,294	771	523	1,518	1,082	436
Marzo	404	327	77	445	356	89	269	170	99	459	227	232	726	437	289	474	264	210	888	445	443	1,188	764	424
Abril	452	370	82	354	206	148	414	238	176	591	393	198	273	124	149	774	460	314	1,582	1,134	448	1,611	1,156	455
Mayo	531	402	129	524	362	162	705	478	227	710	408	302	1,069	595	474	690	340	350	985	584	401	1,140	729	411
Junio	450	308	142	693	495	198	626	317	309	952	643	309	890	559	331	772	447	325	1,180	722	458	1,214	810	404
Julio	1,755	1,492	263	867	607	260	1,669	1,193	476	2,034	1,122	912	1,975	682	1,293	3,268	2,446	822	3,466	2,501	965	4,548	3,659	889
Agosto	1,395	1,105	290	1,552	1,206	346	1,497	890	607	2,664	1,942	722	3,553	2,797	756	2,003	1,325	678	3,002	2,267	735	3,567	2,757	810
Setiembre	1,090	922	168	856	651	205	1,441	1,044	397	1,431	1,012	419	1,207	846	361	1,516	1,164	352	2,253	1,660	593			
Octubre	764	599	165	1,066	738	328	1,613	1,260	353	1,448	1,110	338	1,856	1,310	546	2,076	1,587	489	2,372	1,901	471			
Noviembre	1,157	1,007	150	1,003	859	144	1,028	822	206	2,169	1,772	397	2,385	2,075	310	2,819	2,396	423	3,417	3,045	372			
Diciembre	846	766	80	825	718	107	1,275	1,114	161	845	737	108	1,471	1,146	325	2,047	1,643	404	1,809	1,420	389			
<b>Total</b>	<b>10,074</b>	<b>8,391</b>	<b>1,683</b>	<b>9,473</b>	<b>7,223</b>	<b>2,250</b>	<b>11,985</b>	<b>8,651</b>	<b>3,334</b>	<b>14,703</b>	<b>10,462</b>	<b>4,241</b>	<b>17,396</b>	<b>12,003</b>	<b>5,393</b>	<b>18,542</b>	<b>13,436</b>	<b>5,106</b>	<b>23,696</b>	<b>17,541</b>	<b>6,155</b>			

Nota: El Complejo Arqueológico de Kuelap es conocido también como: "Fortaleza de Kuelap".

Fuente: Ministerio de Cultura - Dirección Regional de Cultura - Amazonas

Elaboración: MINCETUR/Si/OGEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales

Con información disponible a setiembre de 2011

# PANEL FOTOGRAFICO

**Fotografías de personalidades entrevistadas, vinculadas con el sector turismo.**

**FOTOGRAFIA N° 01**



**Sr. Jaime Escobedo**  
**Director DIRECTUR – Amazonas**

**FOTOGRAFIA N° 02**



**Sr. Per Jonas Klieosw**  
**Asesor en Desarrollo Turístico**

**FOTOGRAFIA N° 03**



**Srta. Elizabeth Terán Reátegui**  
**Cooperación Alemana (Giz – Amazonas)**

**FOTOGRAFIA N° 04**



**Sr. José Trauco Ramos**  
**Ministerio de Cultura - Amazonas**

Imágenes que muestran como realizan sus presentaciones a través de diapositivas, docentes, funcionarios y estudiantes en la ciudad de Chachapoyas.

FOTOGRAFIA N° 05



FOTOGRAFIA N° 06



FOTOGRAFIA N° 07



FOTOGRAFIA N° 08

